

**PENGARUH *THEORY OF PLANNED BEHAVIOR* TERHADAP
MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA DENGAN *SHARI'AH*
COMPLIANT E-COMMERCE SEBAGAI VARIABEL
*MODERATING***

**(Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Walisongo Semarang)**

SKRIPSI

Disusun Untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata S.1
Dalam Ilmu Ekonomi Islam



Oleh :

MUHAYYAMA RUSDHITA JANA

1505026077

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG
2019**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (empat) eks

Hal : Naskah Skripsi

An. Sdr. Muhayyama Rusdhita Jana

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Walisongo

Di Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah saya meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya bersama ini saya kirim naskah skripsi saudara:

Nama : Mauhayyama Rusdhita Jana

NIM : 1505026077

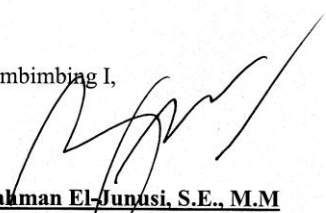
Jurusan : Ekonomi Islam

Judul Skripsi : **Pengaruh *Theory of Panned Behavior* Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa dengan *Shari'ah Compliant E-commerce* sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang)**

Dengan ini telah kami setuju dan mohon agar segera diujikan. Demikian atas perhatiannya kamiucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I,


Rahman El-Junusi, S.E., M.M

NIP. 19691118 200003 1 003

Semarang, 12 Desember 2019

Pembimbing II,


Choirul Huda, M.Ag

NIP. 19760109 200501 1002



KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Prof. Dr. Hamka (kampus III) Ngaliyan Telp/Fax (024) 7601291, 7624691,
Semarang, Pos 50185

PENGESAHAN

Skripsi Saudara : **Muhayyama Rusdhita Jana**
NIM : 1505026077
Judul Skripsi : **Pengaruh *Theory of Panned Behavior* Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa dengan *Shari'ah Compliant E-commerce* sebagai Variabel *Moderating* (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang)**

Telah dimunaqosahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang, dan dinyatakan LULUS pada tanggal:

19 Desember 2019

Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1 tahun akademik 2019/2020.

Semarang, 26 Desember 2019

Ketua Sidang,

Drs. H. Hasvin Syarbani, MM.
NIP. 19570918 198203 1 001

Penguji I,

Sekretaris Sidang,

Choirul Huda, M.Ag.
NIP. 19760109 200501 1002

Penguji II,

Dr. H. Nur Fatoni, M.Ag.
NIP. 19730811 200003 1 002

Pembimbing I,

Rahman El-Junusi, S.E., M.M
NIP. 19691118 200003 1 003



Dr. H. Muhammad Saifullah, M.Ag
NIP. 19700321 199603 1 003

Pembimbing II,

Choirul Huda, M.Ag
NIP. 19760109 200501 1002

MOTTO

وَلَا تَحْزَنُوا وَلَا تَحْزَنُوا وَأَنْتُمُ الْأَعْلَوْنَ إِنْ كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ - ١٣٩

Dan Janganlah kamu (merasa) lemah, dan jangan (pula) bersedih hati,
sebab kamu paling tinggi (derajatnya), jika kamu orang beriman.

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah segala puji syukur hanya bagi Allah SWT. Shalawat serta salam semoga tercurahkan kepada baginda Nabi besar Muhammad SAW yang syafaatnya selalu diharapkan. Dengan rasa Bahagia saya persembahkan ini kepada:

1. Ibuku, Himatul Aliyah. Sesosok wanita yang selama ini begitu ikhlas dan tidak pantang menyerah merawat, membesarkan dan mendidik anak-anaknya. Begitu banyak do'a dan kerja keras yang telah dicurahkan hanya sekedar ingin melihat anak-anaknya bahagia. Tanta do'a dan restumu aku bukanlah siapa-siapa. Semoga Allah selalu memberikan kesehatan, kebahagiaan, dan keselamatan.
2. Bapakku, Mahfud. Kepadanya aku sangat berterimakasih telah memberiku pengalaman hidup yang tak banyak didapatkan oleh kebanyakan orang. Denganmu aku belajar menjadi seseorang yang kuat dan ikhlas.
3. Adikku, Shifara Mahi Niamah. Semangatku agar bisa menjadi contoh dan panutan yang baik. Semoga selalu diberi kesuksesan dalam setiap langkah, menjadi anak yang sholehah dan berbakti.
4. Keluarga besarku Pakde Noor Fatoni, Bude Sriwati, Bude Nafsiah, Pakde dan Bude yang lainnya. Mas Lutfi Abid Muttaqin, Mbak Zakia Ulfa Noor, serta mbak mas keponakan yang sedari kecil sudah merawat kami sehingga bisa menjadi orang yang bermanfaat bagi orang lain.

5. Kiyai, ustadz, dosen dan semua guruku yang telah berjasa begitu besar, berkat bimbingan dan do'a yang pada akhirnya saya bisa melangkah sampai sejauh ini dan tidak takut untuk melihat jauh kedepan.
6. Abah Muhayya dan seluruh keluarga Ma'had Ulil Albab lil Banat. Mbakku panutan Mbak Nafi'ah, Mbak Isma Maliha yang mengajarku mengaji di pondok. Teman-teman seperjuangan Salsabila, Luluk, Pipit, Faza, Aulia, Ismatun, Aisyah, Dzeti, Arika dkk, semoga selalu istiqomah menjaga AgamaNya.
7. Sahabatku keluarga besar forshei, tempat dimana aku ditempa dan dibentuk menjadi karakter yang berintegritas dan profesional. Terlalu banyak suka duka selama aktif dalam organisasi yang luar biasa ini, terimakasih sudah diperkenankan menjadi bagian dan keluarga besar forshei. terimakasih kepada senior Mas Hery, Mas Irkham, Mas Shofa, Mas Mamduh, Mas Fatur, Mas Asep, Mas Ulin, Mas Nafis, Mas Fauzi, Mas Arip, Mbak Milla, Mbak Sulis Mbak Dian, Mbak Raisa, Mas Tomy, Mas Anim, Mbak Mudrikah, Mbak Vicky, Mbak Nafik dan seluruh keluarga besar KA-forshei. Terimakasih kepada forshei'15 Firdaus, Baihaqi, Aziz, Mahfud, Mahmudi, Eko, Nela, Mita, Ela, Talia, Muna, Kaulifah, Pipit, Eva, Elka, Annisa, Wihdi, Fudhoh dkk. Forshei'16 Ikhsan, Iqbal, Ashof, Ulul, Nandiah, Desi, Uyyun dkk. Forshei'17 Ma'arif, Lizam, Wiwin, Nisaul, Niko, Mufrodah, Rizka, Arda, Ulya dkk. Langkah kita masih Panjang semoga kalian tetap semangat berjuang dan berproses.

8. Sahabat sahabati POKER PMII Rayon Ekonomi. Salam Pergerakan !
9. Kepada Aziz Santoso yang selalu menyemangati dan mendukung setiap proses perjuanganku dibangku kuliah ini.
10. Mas Nafis Ghifary dan Mbak Mudrikah serta senior-senior yang membimbingku semasa kuliah sehingga dapat menyelesaikan tugas skripsi ini.
11. Pipit Candra Eka Puspita sahabat seperjuangan, seorganisasi. Ani Nur Jannah, Sofani Azizi semoga menjadi orang yang sukses ditempaynta masing-masing.
12. Pak Zaki dan Bu Inash Diev telah memberi pelajaran berharga bagaimana menjadi orang yang bertanggungjawab, tegas namun rendah hati.
13. Teman-teman HMJ EI dan seluruh Intra FEBI UIN Walisongo yang mewarnai kesibukan semasa menjadi mahasiswa.
14. Teman seangkatan Ekonomi Islam 2015, terutama EIB pipit, ani, sofani, aida, dwi, izza, via, hasna, retno, hanik dkk. Setiap hari menemani proses belajar di dalam kelas. Teman main teman bercanda, yang dulu sering jalan kemana-mana, sekarang sudah berkembang mencari jalannya masing-masing. Semoga sukses dan tetap semangat untuk menggapai impian kita. Semoga kita dapat bertemu kembali dengan kesuksesan kita masing-masing.
15. Teman PPL di Dompot Dhuafa Jateng dan TIM KKN Posko 51 Sambiroto, Kecamatan Tembalang.

DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa skripsi tidak berisi materi yang telah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan. Demikian juga Skripsi ini tidak berisi pikiran-pikiran orang lain, kecuali yang terdapat dalam referensi yang di jadikan bahan rujukan.

Semarang, 13 Desember 2019

Deklarator



Muhayyama Rusdhita Jana

NIM. 1505026077

PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi Arab-Latin berdasarkan Surat Keputusan Bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor 158/1987 dan 0543 b/U/1987, tanggal 22 Januari 1988.

A. Konsonan

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	ṭ
2	ب	B	17	ظ	ẓ
3	ت	T	18	ع	‘
4	ث	Ts	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	P
6	ح	ḥ	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Dz	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ء	‘
14	ص	ṣ	29	ي	Y
15	ض	ḍ			

Hamzah (ء) yang letaknya di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun. Jika ditengah atau akhir, maka ditulis dengan tanda (‘).

B. Vokal

Vokal tunggal atau monoftong bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	Fathah	A	A
اِ	Kasrah	I	I
اُ	Dhammah	U	U

Vokal rangkap atau diftong bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan tanda huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَيَّ	Fathah dan ya	Ai	A dan I
اَوَّ	Fathah dan wau	Au	A dan U

C. Syaddah (Tasydid)

Dalam tulisan Arab dilambangkan dengan tanda (ّ), dalam transliterasi dilambangkan dengan pengulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda Syaddah.

Contoh: اِدَّة: *'iddah*

D. Kata Sandang

Kata sandang (ال...) ditulis dengan *al*-... misalnya القرآن: *al-Qur'an*. Al ditulis huruf kecil kecuali jika terletak pada permulaan kalimat.

E. Ta' marbutah

1. Bila dimatikan atau mendapat harakat sukun transliterasinya ditulis h.

Contoh: حكمة: *hikmah*

2. Bila dihidupkan karena dirangkai dengan kata lain atau mendapat harakat fathah, kasrah, dhammah, transliterasinya ditulis t.

Contoh: زكاة الفطر: *zakatul-fitri*

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui “Pengaruh Theory of Planned Behavior Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa dengan Variabel Moderating (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam)”. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif. Populasinya adalah seluruh seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yaitu 1788 mahasiswa. Sedangkan untuk mengambil sampel penulis menggunakan Teknik solvin yaitu 95 sampel. Theory of Planned Behavior sebagai variabel bebas atau independent terdiri dari 3 variabel yaitu variabel Sikap, variabel Norma Subjektif, dan variabel Kontrol Perilaku. Sedangkan variabel dependen yaitu Minat Berwirausaha dan Shariah Compliant E-commerce sebagai variabel moderating. Metode pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner dan dianalisa dengan menggunakan analisis regresi dan moderasi atau disebut MRA

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1). Variabel Sikap memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha, 2). Variabel Norma Subjektif memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha, 3). Variabel Norma Subjektif memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha, 4). Variabel Shariah Compliant E-commerce memoderasi atau memperkuat variabel Sikap, 5). Variabel Shariah Compliant E-commerce memoderasi atau memperkuat variabel Norma Subjektif, 6). Variabel Shariah Compliant E-commerce memoderasi atau memperkuat Kontrol Perilaku.

Kata Kunci: Sikap, Norma Subjektif, Kontrol Perilaku, Minat Berwirausaha, Shariah Compliant Ecommerce.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillah Wasyukurilallah, senantiasa penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan nikmat kepada semua hamba-Nya, sehingga sampai saat ini kita masih mendapatkan ketetapan Iman dan Islam. Shalawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita Rasulullah Muhammad SAW pembawa rahmat bagi makhluk seluruh alam.

Penyusunan Skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, baik dalam ide, kritik, saran maupun dalam bentuk lainnya. Oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih sebagai penghargaan atas peran sertanya dalam penyusunan skripsi ini kepada:

1. Prof. Dr. H. Imam Taufiq, M.Ag., selaku Rektor UIN Walisongo Semarang .
2. H. Muhammad Saifullah, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
3. Ade Yusuf Mujaddid, M.Ag. selaku Kepala Jurusan Ekonomi Islam atas segala bimbingannya.
4. Nurudin S.E., M.M selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Islam atas segala bimbingannya.
5. Rahman El-Junusi S.E., M.M. selaku Pembimbing I yang telah banyak membantu, dengan meluangkan waktu dan tenaganya yang sangat berharga semata-mata demi mengarahkan dan membimbing penulis selama menempuh studi serta dalam proses penyusunan skripsi ini.

6. Choirul Huda M.Ag. selaku wali dosen dan Pembimbing II yang telah banyak membantu, dengan meluangkan waktu dan tenaganya yang sangat berharga semata-mata demi mengarahkan penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
7. Nazrul Fahmi Zaki Fuadi, Lc., M.Si selaku dosen Pra Pembimbing yang telah banyak membantu, dengan meluangkan waktu dan tenaganya yang sangat berharga semata-mata demi mengarahkan penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
8. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang yang telah banyak memberikan ilmunya kepada penulis dan senantiasa mengarahkan serta memberi motivasi selama penulis melaksanakan kuliah sehingga penulis mampu menyelesaikan penulisan skripsi ini.
9. Teman-teman Jurusan Ekonomi Islam Angkatan 2015 terkhusus keluarga Ekonomi Islam B angkatan 2015 yang selalu mendukung penulis dari awal kuliah hingga selesai. Terimakasih Kawan.
10. Semua pihak yang membantu dalam pembuatan skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu.

Semoga semua amal baik mereka dicatat sebagai amalan yang baik oleh Allah SWT. Mohon maaf apabila dalam penulisan masih banyak kekurangan dan kesalahan yang penulis perbuat. Kritik dan saran sangat penulis harapkan untuk memperbaiki kesalahan yang telah penulis perbuat. Semoga kritik dan saran yang penulis terima dapat memperbaiki karya tulis yang akan datang. Semoga penelitian ini bermanfaat bagi

masyarakat pada umumnya dan khususnya bagi pihak-pihak tertentu yang membutuhkan penelitian ini.

Semarang, 16 Desember 2019

Penulis

Muhayyama Rusdhita Jana

NIM. 1505026077

DAFTAR ISI

JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN	iii
MOTTO.....	iv
PERSEMBAHAN	v
DEKLARASI	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI	ix
ABSTRAK	xii
KATA PENGANTAR.....	xiii
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR TABEL	xx
DAFTAR GAMBAR	xxii
DAFTAR LAMPIRAN	xxiii

BAB I: PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	8
1.4 Sistematika Penelitian	10

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kerangka Teori.....	13
2.1.1 Teori tentang <i>Theory of planned Behavior</i>	13
2.1.2 Pengertian tentang Minat Berwirausaha	19

2.1.3 <i>Shari'ah Compliant E-commerce</i>	24
2.2 Penelitian Terdahulu.....	42
2.3 Kerangka Berpikir	46
2.4 Hipotesis.....	47

BAB III: METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian	49
3.2 Jenis dan Sumber Data	50
3.3 Populasi dan Sampel.....	51
3.4 Definisi Variabel	53
3.5 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran	54
3.6 Teknik Pengumpulan Data	58
3.7 Teknik Analisis Data	59
3.7.1 Uji Instrumen Penelitian	59
3.7.2 Uji Asumsi Klasik.....	61
3.7.3 Analisis Regresi Linier Berganda	64
3.8 Pengujian Hipotesis	66
3.8.1 Uji Parsial (Uji T)	66
3.8.2 Uji Keseluruhan (Uji F)	67
3.8.3 Uji Determinasi (R^2)	68

BAB IV: ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	69
4.1.1 Sejarah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam....	69

4.1.2	Visi, Misi, dan Tujuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	71
4.1.3	Tujuaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam...	72
4.2	Analisis Deskriptif.....	73
4.2.1	Karakteristik Responden.....	73
4.2.2	Jawaban Responden.....	77
4.3	Uji Kelayakan Data	80
4.3.1	Uji Validitas	80
4.3.2	Uji Reabilitas	82
4.4	Uji Asumsi Klasik	83
4.4.1	Uji Normalitas.....	83
4.4.2	Uji Multikoleniaritas	86
4.4.3	Uji Heteroskedastisitas	87
4.5	Pengujian Hipotesis	88
4.5.1	Uji Hipotesis 1	88
4.5.2	Uji Hipotesis 2	90
4.5.3	Uji Hipotesis 3	93
4.5.4	Uji Hipotesis 4	95
4.5.5	Uji Hipotesis 5	97
4.5.6	Uji Hipotesis 6	100
4.6	Pembahasan Hasil Penelitian.....	103

BAB V: PENUTUP

5.1	Kesimpulan	109
5.2	Keterbatasan Penelitian	112

5.3 Saran	112
-----------------	-----

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Operasional Variabel dan Skala Pengukuran.....	55
Tabel 4.1	Jumlah Populasi dan Sampel	74
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ..	74
Tabel 4.3	Karakteristik Reaponden Berdasarkan Jenis Usia	75
Tabel 4.4	Karakteristik Reaponden Berdasarkan Program Studi..	76
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Angkatan.....	76
Tabel 4.6	Distribusi Jawaban Responden Variabel Sikap	77
Tabel 4.7	Distribusi Jawaban Responden Variabel Norma Subjektif.....	78
Tabel 4.8	Distribusi Jawaban Responden Variabel Kontril Perilaku	78
Tabel 4.9	Distribusi Jawaban Responden Variabel Minat Berwirausaha	79
Tabel 4.10	Distribusi Jawaban Responden Variabel Syariah Compliant E-commerce	80
Tabel 4.11	Hasil Uji Validitas	81
Tabel 4.12	Hasil Uji Reliabilitas.....	83
Tabel 4.13	Hasil Uji Kolmogorof Smirnov	85
Tabel 4.14	Hasil Uji Multikolinieritas	86
Tabel 4.15	Model Regresi I (Model Summary).....	88
Tabel 4.16	Signifikansi Nilai F Model Regresi I.....	89
Tabel 4.17	Signifikansi Nilai T Model Regresi I.....	89

Tabel 4.18	Model Regresi II	91
Tabel 4.19	Signifikansi Nilai F Model Regresi II	92
Tabel 4.20	Signifikansi Nilai T Model Regresi II	92
Tabel 4.21	Model Regresi III	93
Tabel 4.22	Signifikansi Nilai F Model Regresi III	94
Tabel 4.23	Signifikansi Nilai T Model Regresi III	94
Tabel 4.24	Hasil Moderasi Regresi IV	95
Tabel 4.25	Signifikansi Nilai F Model Regresi IV	96
Tabel 4.26	Signifikansi Nilai T Model Regresi IV	97
Tabel 4.27	Model Moderasi Regresi V	98
Tabel 4.28	Signifikansi Nilai F Model Regresi V	98
Tabel 4.29	Signifikansi Nilai T Model Regresi V	99
Tabel 4.30	Hasil Moderasi Regresi VI	100
Tabel 4.31	Signifikansi Nilai F Model Regresi VI	101
Tabel 4.32	Signifikansi Nilai T Model Regresi VI	102

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Aktivitas E-commerce di Indonesia	5
Gambar 4.1	Hasil Uji Normalitas	84
Gambar 4.2	Heteroskedastisitas Scatter Plot.....	87

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	: Kuesioner Penelitian
Lampiran 2	: Daftar Identitas Responden Penelitian
Lampiran 3	: Rekap Data
Lampiran 4	: Kelayakan Data
Lampiran 5	: Uji Asumsi Klasik
Lampiran 6	: Uji Hipotesis
Lampiran 7	: Dokumtasi Penyebaran Kuesioner

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Seorang pengusaha atau wirausahawan (*entrepreneur*) merupakan seseorang yang menciptakan sebuah usaha atau bisnis yang diharapkan dengan risiko dan ketidakpastian untuk memperoleh keuntungan dan mengembangkan bisnis dengan cara membuka dan mengembangkan bisnis dengan cara membuka kesempatan. Seorang wirausahawan merupakan seorang yang harus bisa menggabungkan sumber daya, bahan baku, tenaga kerja, serta aset yang lainnya dengan tujuan untuk menghasilkan nilai lebih. Seorang wirausahawan juga merupakan seseorang yang mampu mengenalkan perubahan inovasi, dan menaklukkan tantangan baru.

Dalam melakukan kegiatan bisnis seseorang dibutuhkan minat, motivasi, dan semangat agar usahanya berjalan lancar dan terarah. Minat menjadi wirausaha didefinisikan sebagai keinginan seseorang untuk bekerja mandiri (*self-employed*) atau menjalankan usahanya sendiri. Menumbuhkan minat berwirausaha tidak serta merta tanpa adanya pendidikan dan pelatihan yang dapat menumbuhkan jiwa kewirausahaan seseorang. Terkadang pendidikan yang rendah juga mempengaruhi keberanian mengambil risiko bagi calon

wirausahawan yang ingin merintis usahanya. Hal ini dapat menghambat perkembangan aktualisasi dirinya.¹

Hurlock menjelaskan bahwa minat adalah sumber motivasi yang mendorong seseorang untuk melakukan apa yang ingin dilakukan bila seseorang bebas memilih. Ketika seseorang menilai bahwa sesuatu akan bermanfaat maka akan terbentuk minat yang kemudian hal tersebut akan mendatangkan kepuasan. Ketika kepuasan menurun maka minatnya juga akan menurun sehingga minat tidak bersifat permanen, tetapi bersifat sementara atau dapat berubah-ubah.²

Theory of planned behavior (teori perilaku terencana) menerangkan bahwa perilaku seseorang akan muncul karena adanya niat berperilaku. *Theory of planned behavior* dikhususkan pada perilaku spesifik seseorang dan untuk semua perilaku secara umum. Niat seseorang untuk berperilaku dapat diprediksi oleh tiga hal yaitu sikap terhadap perilaku (*attitude toward the behavior*), norma subyektif (*subjective norm*), dan kontrol perilaku (*perceived behavior control*).³ Dari pemaparan

¹ Rosmiati, et al., *Sikap Motivasi dan Minat Berwirausaha Mahasiswa*, Jurnal JMK, Volume 17 No 1, 2015

² Leonel da Cruz, et al., *Aplikasi Theory of Planned Behavior dalam Membangkitkan Niat Berwirausaha Bagi Mahasiswa Fakultas UNPAZ, Dili Timor Leste*, E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana 4.12, 2015

³ Dian Anggraini Wikamorys dan Thinni Nurul Rochmah, *Aplikasi Theory of Planned Behavior dalam Membangkitkan Niat Pasien untuk Melakukan Operasi Katarak*, Jurnal Administrasi Kesehatan Indonesia, Volume 5 No 1, 2017

teori tersebut bisa dijelaskan bahwa kinerja suatu perilaku bersumber dari adanya niat, tekanan dari luar dan kontrol perilaku yang dirasakan oleh seseorang tersebut. Hal itu bisa diartikan niat, tekanan dan kontrol perilaku yang dirasakan harus sesuai dengan perilaku yang harus diprediksikan. *Theory of planned behavior* ini sangat cocok diterapkan untuk mengukur seberapa besar minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.

Penumbuhan minat wirausaha tidak dapat dilakukan serta merta tanpa adanya pendidikan dan pelatihan yang dapat menggerakkan jiwa kewirausahaan seseorang. Apabila seseorang yang mempunyai pendidikan rendah, maka dia tidak mempunyai keberanian mengambil risiko. Hal ini dapat menghambat perkembangan aktualisasi dirinya. Disisi lain yang penulis resahkan yaitu di lingkungan kampus UIN Walisongo Semarang yaitu khususnya mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam masih sedikit mahasiswa yang mampu untuk bersaing didunia wirausaha, khususnya pada era digital ini, yang mana saat ini transaksi bisnis sudah dimudahkan dengan adanya aplikasi digital. Padahal di fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo juga diberikan pengajaran mengenai ilmu kewirausahaan dan bisnis, namun mahasiswa masih belum terlihat untuk memulai berwirausaha dan bersaing dengan *startup unicorn*nya Indonesia.

Disisi lain Indonesia membutuhkan sedikitnya empat juta wirausahaan baru untuk turut mendorong penguatan struktur ekonomi. Saat ini rasio wirausahwan di dalam negeri masih sekitar 3,1 persen dari total populasi penduduk atau sekitar 8,06 juta orang. Meskipun rasio tersebut sudah melampaui standar internasional, yakni sebesar 2 persen, Indonesia perlu menggenjot lagi untuk mengejar capaian tetangga. Misalmya singapura yang sudah mencapai angka 7 persen dan Malaysia 5 persen.⁴

Melihat masalah tersebut, seharusnya sebagai *agen of change*, mahasiswa tentunya harus mampu menjadi penggerak atau *agregator* dalam banyak hal, tak terkecuali dalam *industry e-commerce*. Perubahan di dunia Industri, teknologi, dan budaya akan semakin cepat, rumit dan tidak bisa diprediksi, yang mana gelar tidak menjamin kompetisi, kelulusan tidak menjamin kesiapan berkarir dan bekerja. Oleh karena itu, mahasiswa harus paham betul perkembangan zaman saat ini, karena hal tersebut lah yang akan menjadi tantangan yang akan dihadapi untuk mewujudkan masa depan yang lebih baik.

⁴ <https://www.wartaekonomi.co.id/read204928/jumlah-pengusaha-indonesia-masih-tertinggal-dari-singapura.html>, diakses pada 6 Agustus 2019

Gambar 1.1
Aktivitas Ecommerce di Indonesia⁵



Sumber: Hootsuite, we are social, datareportal.com

Data diatas menunjukkan, dapat dilihat dalam gambar 3, bahwa mulai banyak orang Indonesia yang mencari produk/jasa via internet (93%), mengunjungi toko online (90%), membeli barang/jasa (86%).

Penduduk Indonesia sudah banyak yang menggunakan akses internet untuk melakukan aktivitas e-commerce. Peluang bisnis dunia digital ini seharusnya dapat dimanfaatkan masyarakat khususnya lulusan mahasiswa yang menganggur untuk memulai merintis usaha dengan kemudahan memanfaatkan e-commerce.

⁵ Hootsuite, we are social, datareportal.com

Namun dalam prosesnya, ada banyak kekurangan dan hambatan dalam melakukan transaksi melalui Internet. Karena lingkungan online adalah virtual dan bukan interaksi tatap muka satu sama lain, dapat dikatakan bahwa pembeli memiliki posisi yang lebih lemah daripada penjual dalam transaksi, yang mengakibatkan rendahnya tingkat kepercayaan bagi pembeli. Maka dari itu sebagai warga negara pemeluk agama Islam yang mempunyai minat untuk berwirausaha dibutuhkan kepatuhan terhadap perintah dan larangan Allah untuk memulai dan merintis usahanya sehingga diharapkan para konsumen percaya terhadap produk yang kita jual.

Disisi lain pada kenyataan yang ada, praktik e-commerce di lingkungan UIN Walisongo khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam masih sangat nihil. Banyak mahasiswa yang tidak tau tentang e-commerce itu apa dan bagaimana penggunaannya. Sebab pada e-commerce ini walaupun memiliki teknologi yang canggih namun tidak memiliki skill yang mupuni dalam hal berkomunikasi dengan orang banyak, tentu saja peluang bisnis akan loyo. Selain teknologi dan komunikasi yang baik, bisnis e-commerce juga harus memperhatikan segi kemanfaatannya untuk kebutuhan pelanggan. Hal tersebut menuntut untuk mempunyai kreatifitas dan inovasi yang tinggi agar mampu bersaing dengan pengusaha lain.

Oleh karena itu penulis tertarik melakukan penelitian ini karena dari segala tantangan era digital, sebagai mahasiswa yang mempunyai pandangan dan wawasan lebih luas kita tidak akan mudah tergerus oleh zaman yang semakin canggih ini. Kita harus selalu bisa mengikuti *trend* zaman yang semakin cepat berubah. Dengan berwirausaha mahasiswa diharapkan mempunyai bekal setelah lulus nanti, tentunya dengan pengetahuan dan pengajaran yang sangat baik yang harus diberikan oleh perguruan tinggi. Pada penelitian ini penulis memusatkan penelitian pada mahasiswa fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam karena sesuai dengan visi fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo yaitu mampu mengembangkan ilmu ekonomi dan Bisnis Islam. Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“PENGARUH THEORY OF PLANNED BEHAVIOR TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA DENGAN SHARI’AH COMPLIANT E-COMMERCE SEBAGAI VARIABEL MODERATING (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang)”**

1.2. Rumusan Masalah

1. Apakah sikap mempengaruhi minat berwirausaha mahasiswa ?

2. Apakah syari'ah compliant e-commerce dapat memperkuat atau memperlemah hubungan Sikap terhadap Minat berwirausaha mahasiswa ?
3. Apakah norma subjektif mempengaruhi minat berwirausaha mahasiswa ?
4. Apakah syari'ah compliant e-commerce dapat memperkuat atau memperlemah hubungan norma subjektif terhadap Minat berwirausaha mahasiswa ?
5. Apakah kontrol perilaku mempengaruhi minat berwirausaha mahasiswa ?
6. Apakah syari'ah compliant e-commerce dapat memperkuat atau memperlemah hubungan kontrol perilaku terhadap Minat berwirausaha mahasiswa ?

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan yang hendak dicapai dari penelitian ini adalah :

1. Mengetahui pengaruh sikap terhadap minat berwirausaha mahasiswa
2. Mengetahui pengaruh norma subjektif terhadap minat berwirausaha mahasiswa
3. Mengetahui pengaruh kontrol perilaku terhadap minat berwirausaha mahasiswa

4. Mengetahui syari'ah compliant e-commerce akan memperkuat atau memperlemah pengaruh sikap terhadap minat berwirausaha mahasiswa
5. Mengetahui syari'ah compliant e-commerce akan memperkuat atau memperlemah pengaruh norma subjektif terhadap minat berwirausaha mahasiswa
6. Mengetahui syari'ah compliant e-commerce akan memperkuat atau memperlemah pengaruh kontrol perilaku terhadap minat berwirausaha mahasiswa

Penelitian yang penulis lakukan ini diharap dapat bermanfaat bagi penulis sendiri, maupun bagi para pembaca atau pihak-pihak lain yang berkepentingan.

1. Manfaat Akademik

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini dapat ditinjau dari dua aspek yaitu secara teoritis penelitian ini dapat dijadikan sumber pengetahuan, rujukan serta acuan bagi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang atau bagi pihak yang ingin mendalami dan mengetahui pengaruh theory of planned behavior terhadap minat berwirausaha mahasiswa dengan shari'ah compliant e-commerce sebagai variabel moderating.

2. Manfaat dalam Implementasi atau Praktik

Penelitian ini memfokuskan minat berwirausaha mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Islam UIN Walisongo Semarang sebagai objek penelitian, sehingga

diharapkan pihak-pihak lain yang berkepentingan dapat menggunakan hasil penelitian ini sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan.

1.4. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini dibagi menjadi lima bab. Adapun rincian masing-masing bab sebagai berikut :

BAB I : Pendahuluan

Bab ini berisi uraian mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : Landasan Teori

Bab ini terdapat empat bagian yaitu pertama tinjauan pustaka yang berisi ringkasan penelitian terdahulu berkaitan dengan masalah yang dibahas dalam penelitian ini. Kedua kajian teori, teori berupa uraian yang berkaitan dengan topik penelitian yang diperoleh dari buku, jurnal, artikel, media elektronik dan lain-lain untuk kemudian dijadikan sebagai dasar dalam melakukan analisis terhadap masalah. Ketiga kerangka penelitian, berisi kesimpulan dari tinjauan pustaka yang digunakan untuk menyusun asumsi atau hipotesis. Bagian keempat adalah hipotesis yang akan diuji.

BAB III : Metode Penelitian

Bab ini menguraikan tentang metode pengkajian masalah data penelitian yang berisi antara lain : variabel penelitian, karakteristik data, populasi dan sampel disertai penjelasan mengenai prosedur pengumpulan data, serta teknik analisis data.

BAB IV : Analisis data

Dalam bab ini dibahas secara lebih mendalam tentang uraian penelitian yang berisi deskripsi objek penelitian dan analisis data serta pembahasan hasil dan interpretasi yang diperoleh dari penulis.

BAB V : Penutup

Bab ini merupakan penutup dari penelitian yang terdiri dari kesimpulan dan saran. Kesimpulan menjelaskan tentang hasil penelitian dan pembahasan disesuaikan dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian yang disajikan secara singkat dan jelas. Sedangkan saran yang dipaparkan dapat memberi pengetahuan dan bermanfaat untuk penelitian selanjutnya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Kerangka Teori

2.1.1. Teori tentang *Theory of Planned Behavior*⁶

Theory of planned behavior (teori perilaku terencana) merupakan pengembangan dari teori sebelumnya yaitu *theory of reasoned action* (teori tindakan beralasan) yang dikemukakan oleh Icek Ajzen dan Martin Fisbein. Dalam *theory of reasoned action* (teori tindakan beralasan), dimana teori ini merupakan teori yang digunakan untuk memperkirakan tingkah laku seseorang. Dalam *theory of reason action* (teori tindakan beralasan) memiliki dua prediksi utama dalam menilai niat seseorang untuk berperilaku, yaitu *attitude toward the behaviour* dan *subjective norm*.

Theory of reasoned action (teori tindakan beralasan) kemudian diperluas dan dimodifikasi kembali oleh Icek Ajzen menjadi *Theory of planned behavior* (teori perilaku terencana). Menurut analisis Ajzen, *theory of reasoned action* (TRA) hanya dapat digunakan untuk perilaku yang sepenuhnya berada di bawah kontrol individu tersebut, dan tidak sesuai jika digunakan untuk menjelaskan perilaku yang tidak sepenuhnya di bawah

⁶ Icek Ajzen, *The Theory of Planned Behavior*, Jurnal University of Massachusetts at Amherst, 1991, hal 179-211

kontrol individu karena adanya faktor lain yang kemungkinan dapat menghambat atau mendukung tercapainya niat individu untuk berperilaku, sehingga Ajzen dalam *Theory of planned behavior* (TPB) menambahkan satu faktor anteseden yaitu *perceived behavioral control*.

Dalam *Theory of planned behavior* (teori perilaku terencana) menerangkan bahwa perilaku seseorang akan muncul karena adanya niat untuk berperilaku. *Theory of planned behaviour* dikhususkan pada perilaku spesifik seseorang dan untuk semua perilaku secara umum. Niat seseorang untuk berperilaku dapat diprediksi oleh tiga hal yaitu sikap terhadap perilaku (*attitude toward the behavior*), norma subyektif (*subjective norm*), dan kontrol perilaku (*perceived behavioral control*). *Attitude toward the behavior* merupakan keseluruhan evaluasi seseorang mengenai positif atau negatif untuk menampilkan suatu perilaku tertentu. *Subjective norm* merupakan kepercayaan seseorang mengenai tuntutan dari orang lain yang dianggap penting baginya untuk bersedia menampilkan atau tidak menampilkan suatu perilaku tertentu sesuai dengan tuntutan. *Perceived behavioral control* adalah persepsi seseorang tentang kemampuannya untuk menampilkan suatu perilaku tertentu.

1. Attitude Toward the Behavior (Sikap Terhadap Perilaku)

Sikap terhadap perilaku merupakan kecenderungan untuk menanggapi hal-hal yang disenangi ataupun yang

tidak disenangi pada suatu objek, orang, institusi atau peristiwa. Sikap terhadap perilaku merupakan suatu fungsi yang didasarkan oleh *behavioral beliefs*, yaitu kepercayaan seseorang terhadap konsekuensi positif dan atau negatif yang akan diperoleh seseorang apabila melakukan suatu perilaku (*salient outcome beliefs*). Sikap terhadap perilaku (*attitude toward the behavior*) didefinisikan sebagai tingkatan penilaian positif atau negatif individu terhadap suatu perilaku. *Attitude toward the behavior* ditentukan oleh kombinasi antara kepercayaan individu tentang konsekuensi positif dan atau negatif dari perilaku yang dimunculkan (*behavioral beliefs*) dengan nilai subyektif seseorang terhadap konsekuensi berperilaku tersebut (*outcome evaluation*).

Sikap yang dimiliki oleh seseorang terhadap perilaku didasari oleh kepercayaan seseorang terhadap konsekuensi yang akan dihasilkan. kepercayaan merupakan pernyataan subyektif seseorang yang sesuai dengan pemahaman diri dan lingkungannya.

Adapun rumus untuk mengukur sikap terhadap perilaku adalah sebagai berikut :

$$AB = \sum b_i e_i$$

Keterangan:

AB = Sikap terhadap perilaku

b_i = Penjumlahan hasil perkalian antara *belief* dan

outcome yang dihasilkan

ei = Evaluasi

Sikap terhadap perilaku adalah sejauh mana kinerja dari perilaku yang positif atau negatif dihargai. Menurut rumus diatas, sikap terhadap perilaku (AB) dihasilkan dari penjumlahan hasil perkalian antara *belief* dan *outcome* yang dihasilkan (bi) dengan evaluasi (ei).

2. *Subjective Norm* (Norma Subjektif)

Norma subyektif (*subjective norm*) diartikan sebagai persepsi seseorang mengenai tekanan dari lingkungan sekitar untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku. *Subjective norm* ditentukan oleh kombinasi antara kepercayaan seseorang tentang setuju dan atau tidak setuju seseorang atau kelompok yang dianggap penting bagi individu terhadap suatu perilaku (*normative beliefs*), dan motivasi individu untuk mematuhi anjuran tersebut (*motivation to comply*).

Subjective norm dihasilkan dari perkalian antara *normative beliefs* (keyakinan normatif) dengan *motivation to comply* (motivasi untuk mematuhi). Hubungan antara *normative beliefs* (keyakinan normatif) dengan *motivation to comply* (motivasi untuk mematuhi) dapat ditulis dalam persamaan berikut ini :

$$SN = \sum n_i m_i$$

Keterangan :

SN = *subjective norm*

ni = *normative belief* yang mempertimbangkan pendapat dari tokoh yang dianggap penting

mi = motivasi untuk mematuhi tokoh yang dianggap penting

Kekuatan sosial suatu masyarakat menjadi bagian dari norma subjektif. Kekuatan sosial tersebut terdiri dari *reward* atau *punishment* yang oleh individu terhadap individu lainnya, perasaan senang terhadap seseorang menimbulkan pemikiran orang tersebut sudah berpengalaman. Suatu individu memiliki pemahaman bahwa seseorang tersebut bisa memberi saran untuk melaksanakan suatu perilaku, maka dengan kata lain seseorang tersebut sudah mempunyai tekanan sosial yang sangat besar baginya. Sebaliknya apabila seseorang tersebut memberikan sugesti untuk tidak melakukan suatu perilaku maka tekanan sosial yang dirasakan cenderung berkurang.

3. ***Perceived Behavioral Control (Kontrol Perilaku)***

Persepsi pengendalian diri atau kontrol perilaku diartikan sebagai fungsi yang didasarkan pada *control beliefs*, yaitu kepercayaan seseorang tentang ada atau tidak adanya faktor pendukung atau penghambat untuk dapat memunculkan perilaku. Kepercayaan dapat diperoleh dari pengalaman terdahulu individu tentang suatu perilaku, informasi yang dimiliki individu tentang suatu perilaku yang

diperoleh dengan melakukan observasi pada pengetahuan yang dimiliki diri maupun orang lain yang dikenal individu, dan juga oleh berbagai faktor lain yang dapat meningkatkan ataupun menurunkan perasaan individu mengenai tingkat kesulitan dalam melakukan suatu perilaku. Semakin individu merasakan banyak faktor pendukung dan sedikit faktor penghambat untuk dapat melakukan suatu perilaku, maka lebih besar kontrol yang mereka rasakan atas perilaku tersebut dan begitu juga sebaliknya, semakin sedikit individu merasakan faktor pendukung dan banyak faktor penghambat untuk dapat melakukan suatu perilaku, maka individu akan cenderung mempersepsikan diri sulit untuk melakukan perilaku tersebut.

Terdapat dua faktor untuk menentukan persepsi pengendalian diri (*perceived behavioral control*) yaitu *control belief* dan *perceived power*. Hubungan antara *control belief* dan *perceived power* dapat ditulis dalam persamaan berikut :

$$PBC = \alpha \sum c_i p_i$$

Keterangan :

PBC = *perceived behavioral control*

c_i = *control belief*

p_i = *perceived power* (kekuatan yang mendukung atau menghambat munculnya suatu perilaku)

2.1.2. Pengertian tentang Minat berwirausaha

1. Pengertian Minat⁷

Menurut Slameto minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar minat.

Menurut Nasution minat adalah suatu yang penting bagi seseorang dalam melakukan kegiatan dengan baik. Sebagai suatu aspek kejiwaan, minat bukan saja mewarnai perilaku seseorang, tetapi lebih daripada itu minat mendorong orang untuk melakukan kegiatan dan menyebabkan seseorang menaruh perhatian dan merelakan dirinya untuk terikat pada suatu kegiatan.

Menurut Winkel minat merupakan kecenderungan yang menetap dalam diri subjek untuk merasa tertarik pada bidang tertentu dan merasa senang berkecimpung dalam itu.

Menurut Hidayat minat adalah suatu hal yang bersumber dari perasaan yang berupa kecenderungan

⁷ Noor Komari Pratiwi, *PengaruhTingkat Pendidikan, Perhatian orang tua, dan Minat belajar siswa terhadap, Prestasi Belajar Bahasa Indonesia Siswa SMK Kesehatan di Kota Tangerang*, Jurnal Pujangga Volume 1 Nomor 2, 2015

terhadap suatu hal sehingga menimbulkan perbuatan-perbuatan atau kegiatan-kegiatan tertentu.

Minat berhubungan erat dengan sikap kebutuhan seseorang dan mempunyai fungsi sebagai berikut :

- a. Sumber motivasi yang kuat untuk belajar. seseorang yang berminat terhadap sebuah kegiatan baik permainan maupun pekerjaan akan berusaha keras untuk belajar dibandingkan anak yang kurang berminat.
- b. Minat mempengaruhi bentuk intensitas apresiasi.
- c. Menambah kegairahan pada setiap kegiatan yang ditekuni seseorang.

2. Pengertian Berwirausaha

Adapun beberapa pengertian kewirausahaan yaitu sebagai berikut⁸ :

Menurut Day, John, Reynald, Lancaster, Geof dalam Saban Echdar (2013), menyatakan kewirausahaan pada hakikatnya adalah sifat, ciri dan watak, seseorang yang memiliki kemampuan dalam mewujudkan gagasan inovatif ke dalam dunia nyata secara kreatif. Inti dari kewirausahaan adalah suatu kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda (*ability to create the new and different thing*).

⁸ Farid, *Kewirausahaan Syariah*, Depok: Kencana, 2017, hal 10

Menurut Carson dalam Saban Echdar menyatakan kewirausahaan merupakan gabungan dari kreatifitas, inovasi, dan beranian, menghadapi resiko yang dilakukan dengan cara kerja keras untuk membentuk dan memelihara usaha baru. Dapat disimpulkan bahwa kewirausahaan adalah orang-orang yang mempunyai sifat kewirausahaan yaitu keberanian mengambil resiko, kreativitas, dan inovatif, keteladanan dalam menangani usaha atau perusahaan dengan perpijak pada kemampuan sendiri.

Untuk kembali dapat menyeimbangkan kebutuhan materiel dan spiritual, kebijaksanaan operasional kewirausahaan harus berlandaskan pemahaman dan pengertian Islam, sebagaimana firman Allah sebagai berikut :

وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ ۖ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ
مِنَ الدُّنْيَا ۖ وَأَحْسِنْ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ ۖ وَلَا تَبْغِ
الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ ۖ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ

Dan carilah apa yang telah dianugerahkan Allah kepada mu (kebahagiaan) untuk negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bagianmu (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak

menyukai, orang-orang yang berbuat kerusakan (al-Qur'an Surat al-Qashash ayat 77).⁹

3. Peran dan fungsi Kewirausahaan

Ada beberapa peran dan fungsi keberadaan atau pengaruh ilmu kewirausahaan dalam mendukung arah pengembangan wirausahawan, yaitu antara lain :

- a. Mampu memberi pengaruh semangat atau motivasi pada diri seseorang untuk bisa melakukan sesuatu yang selama ini sulit untuk ia wujudkan namun menjadi kenyataan.
- b. Ilmu kewirausahaan memiliki peran dan fungsi untuk mengarahkan seseorang untuk bekerja secara lebih teratur serta sistematis dan juga terfokus dalam mewujudkan mimpi-mimpinya.
- c. Mampu memberi inspirasi pada banyak orang bahwa setiap menemukan masalah maka disana akan ditemukan peluang bisnis untuk dikembangkan. Artinya setiap orang diajarkan untuk membenrtuk semangat “*solving problem*”.
- d. Nilai positif yang tertinggi dari peran dan fungsi ilmu kewirausahaan pada saat dipraktekkan oleh orang maka angka pengangguran akan terjadi penurunan. Dan ini

⁹ Alqur'an Kemenag, Surat al-Qashash ayat 77

bisa memperingan beban negara dalam usaha menciptakan lapangan pekerjaan.¹⁰

4. Minat Berwirausaha

Fuadi mengungkapkan bahwa minat berwirausaha adalah kesediaan untuk bekerja keras dan tekun untuk mencapai kemajuan usahanya, kesediaan untuk menanggung macam-macam resiko berkaitan dengan tindakan berusaha yang dilakukannya, bersedia menempuh jalur dan cara baru, kesediaan untuk hidup hemat, kesediaan dari belajar apa yang dialaminya.

Menurut santoso minat wirausaha adalah gejala psikis untuk memusatkan perhatian dan berbuat sesuatu terhadap wirausaha itu dengan perasaan senang karena membawa manfaat bagi dirinya. Sedangkan minat wirausaha berdasarkan perspektif waktu dibagi dalam empat kategori yaitu¹¹ :

- a. Minat untuk berwirausaha dalam jangka waktu dekat / setelah lulus
- b. Minat untuk berwirausaha pada dua tahun mendatang

¹⁰ Irham fahmi, *Kewirausahaan teori kasus dan solusi*, Bandung : Alfabeta, 2014 . hal. 3

¹¹ Nova Tiara Ramadhani & Ida Nurnida, *Pengaruh Mata Kuliah Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa*, Jurnal Ecodemica Vol 1 No 1, 2017

- c. Minat untuk berwirausaha pada jangka Panjang / di masa depan
- d. Belum menentukan waktu untuk memulai

2.1.3. *Shari'ah Compliant E-commerce*

1. Pengertian Syariah

Syari'ah atau *shara'* menurut kata dasarnya berarti jalan ke sumber air atau jalan terang yang harus dilalui atau diikuti oleh orang-orang beriman. Sedangkan secara terminology, syari'ah berarti aturan-aturan atau hukum-hukum Allah SWT yang tertuang dalam Al-qur'an dan Sunnah. Aturan-aturan ini meliputi kompleksitas kebutuhan manusia baik yang bersifat individual maupun kolektif. Kompleksitas juga diartikan sebagai hal yang komprehensif dan universal. Komprehensif berarti mencakup seluruh aspek kehidupan baik ritual (ibadah) maupun sosial (muamalah). Sedangkan universal bermakna bahwa syari'at Islam dibatasi oleh dimensi tempat dan waktu.¹²

2. E-commerce Syariah

Transaksi jual beli secara elektronik, sama halnya dengan transaksi jual beli biasa yang dilakukan di dunia nyata, dilakukan oleh para pihak yang terkait, walaupun dalam jual beli secara elektronik ini pihak-pihaknya tidak

¹² Suhartono, *Perniagaan Online Syari'ah : Suatu Kajian dalam Perspektif Hukum Perikatan Islam*, Jurnal Muqtasid, Vol 1 Nomer 2, 2010

bertemu secara langsung satu sama lain, tetapi berhubungan melalui internet.¹³

Pengertian e-commerce menurut Kotler adalah penggunaan website untuk bertransaksi atau memfasilitasi penjualan produk secara online dapat juga dijadikan alat untuk membeli dan menjual produk atau jasa melalui internet dengan menggunakan sistem komputer untuk meningkatkan efisiensi perusahaan secara keseluruhan. Biasanya terdiri dari perdagangan yang terjadi melalui pembeli mengunjungi website penjual dan transaksi online.

Menurut David Baum, E-commerce merupakan satu set dinamis teknologi, aplikasi dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen, dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, pelayanan, dan informasi yang dilakukan secara elektronik.¹⁴

E-commerce merupakan sebuah sistem yang bisa digunakan apabila jaringan internet tersedia, dan apabila digunakan untuk proses pembelian, penjualan, pemasaran, transfer jika terdapat jaringan komputer. E-commerce telah membuka sebuah peluang bagi hampir setiap orang untuk

¹³ Azhar Muttaqin, *Transaksi E-commerce dalam Tinjauan Hukum Jual Beli Islam*, Jurnal Ulumuddin, Vol 4, 2010

¹⁴ Fajar Agustyan, *Pengaruh E-commerce, Kualitas Produk, dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian pada Industri Ekonomi Kreatif*, Skripsi Universitas Lampung, 2017, hal 20

berbisnis karena dapat menciptakan bisnis pada dunia maya menghubungkan orang-orang secara luas tanpa terbatas oleh letak geografis. Konsumen dapat melakukan pemesanan barang dan atau jasa secara virtual dimanapun, 24 jam dalam satu hari tanpa terbatas.¹⁵

Treansaksi e-commerce di dalam hal pembayaran (*payment instruction*) melibatkan beberapa pihak selain dari pembeli (*cardholder*) dan penjual (*merchant*), para pihak itu adalah *payment gateway* (pihak ketiga). Keterlibatan pihak-pihak lain di dalam e-commerce merupakan suatu keharusan karena transaksi dalam e-commerce melalui media internet merupakan bentuk transaksi yang dilakukan oleh pihak-pihak yang tanpa saling bertemu atau bahkan tidak saling mengenal, sebab transaksi mereka dalam dunia maya atau virtual.¹⁶

Transaksi jual beli dapat dikatakan sah apabila telah memenuhi rukun dan syarat yang telah ditentukan oleh syara'. Mengenai rukun dan syarat jual beli, para ulama berbeda pendapat, namun menurut jumhur ulama, rukun jual beli ada empat, yakni orang yang berakad (penjual dan

¹⁵ Dewa Ayu Anggi Pramiswari & Ida Bagus Dharmadiaksa, *Pengaruh E-commerce dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi dalam Pengambilan Keputusan untuk Berwirausaha*, Jurnal Akuntansi Universitas Udayana, Vol.20.1, 2017

¹⁶ Sugeng Santoso, *Sistem Transaksi E-commerce dalam Perspektif KUH Perdata dan Hukum Islam*, Jurnal Ahkam, Vol 4 No 2, 2016

pembeli); *sighat* (lafal ijab dan Kabul); objek transaksi (barang yang diperjualbelikan); ada nilai tukar pengganti.

E-commerce Syariah dapat diartikan dan dikomparasikan sesuai syarat dan rukun jual beli yaitu :¹⁷

1. Subjek perikatan/ orang yang berakad (al-aqid)

Perintah pembayaran melalui beberapa pihak selain dari pembeli (*cardholder*) dan penjual (*merchant*) juga melibatkan *paymen gateway*, *acquirer*, dan *issuer*. Masing-masing pihak yang terlibat dalam transaksi harus memenuhi ketentuan-ketentuan untuk validitas transaksi itu sendiri. pembeli dan penjual harus memenuhi ketentuan memiliki kecakapan yang sempurna dan mempunyai wewenang untuk melakukan transaksi.

Pada e-commerce ini consumer diminta untuk mengisi informasi pembayaran (yang biasanya disertai dengan kode rahasia) pada form slip pembelian yang telah disediakan website merchant yang kemudian dilakukan otorisasi melalui *payment gateway*. Dari otorisasi tersebut dapat diketahui bahwa ia benar-benar pemilik yang sah dan berwenang menggunakannya. Pada pihak penjual, *merchant* memiliki sertifikat digital dari *Certificate Authority* (CA) yang menjamin identitas pihak tersebut

¹⁷ Suhartono, *Perniagaan Online Syari'ah : Suatu Kajian dalam Perspektif Hukum Perikatan Islam*, Jurnal Muqtasid, Vol 1 Nomer 2, 2010

bahwa ia benar-benar ada dan memiliki wewenang untuk melakukan transaksi online. Hal penting dalam melaksanakan *online contract* adalah kedua pihak harus mengerti tentang pengoperasian komputer dan internet, dan hal ini tidak mungkin dilakukan oleh orang yang tidak memiliki kecakapan yang sempurna, seperti dilakukan oleh anak-anak yang belum berakal atau orang gila.

2. Sighat (lafal ijab dan Kabul)

Ijab Kabul dalam e-commerce dilakukan dengan cara tulisan yang pengirimannya dilakukan melalui pertukaran dan elektronik. Format dari ijab Kabulnya dalam bentuk tulisan tentu saja dapat jelas dipahami oleh kedua belah pihak yang mengadakan transaksi, jika kedua belah pihak saling setuju dengan penawaran dan penerimaan yang ada.

Consumer dan *merchant* bertemu dalam satu majelis yaitu “majelis maya”. Pembeli dan penjual tidak berada dalam satu tempat tertentu dalam arti secara fisik dan bisa saja transaksi dilakukan dari berbagai negara yang berbeda. Jika ada suatu perbedaan antara informasi yang diberikan dalam situs, dengan barang yang dijual dan telah dilakukan pembayaran terhadap barang tersebut, maka pembeli dapat memberitahukan kepada

pihak penjual atau mengembalikan barang tersebut dan mengambil uang yang telah ia bayarkan.

3. Objek Transaksi (Barang yang diperjualbelikan / ma'qud 'alaih)

Komoditi yang diperdagangkan dalam e-commerce dapat berupa komoditi digital dan komoditi non-digital. Untuk komoditi non digital seperti *electronic newspaper*, *digital library* dan sejenisnya, dapat langsung diserahkan kepada *consumer* melalui media internet. Sedangkan komoditi nondigital tidak dapat diserahkan langsung melalui media internet, namun dikirimkan melalui jasa kurir sesuai dengan kesepakatan spesifikasi komoditi waktu dan tempat penyerahan.

Objek yang dijadikan komoditi dalam transaksi e-commerce dapat diklasifikasikan sebagai berikut : Objek transaksi wajib memenuhi kriteria dan syarat-syarat yang telah ditentukan oleh syariat Islam seperti komoditi yang halal, mempunyai nilai dan manfaat bagi manusia dan memiliki kejelasan baik bentuk, fungsi dan keadaannya serta dapat disetakterimakan pada waktu dan tempat yang disepakati. Artinya transaksi yang diadakan oleh para pihak itu bukan perbuatan yang bertentangan dengan hukum atau perbuatan yang melawan hukum syar'i. perjanjian yang bertentangan hukum syar'i adalah tidak sah, dan dengan sendirinya tidak ada kewajiban bagi

masing-masing pihak untuk menepati atau melaksanakan perjanjian tersebut, atau dengan perkataan lain apabila isi perjanjian itu merupakan perbuatan yang melawan hukum, maka perjanjian yang diadakan dengan sendirinya batal.

4. Nilai tukar pengganti barang (Pembayaran)

Sebelum proses pembayaran dilakukan, masing-masing pihak telah menyepakati mengenai jumlah dan jenis mata uang yang digunakan, misalnya dengan kartu/debit. Pada waktu kedua belah pihak telah mencapai kesepakatan yang diikuti oleh pembayaran, keduanya melibatkan dua bank perantara/wakil dari masing-masing pihak, yaitu issuer dan acquirer. *Consumer* memerintahkan kepada issuer untuk dan atas nama *consumer* melakukan sejumlah pembayaran atas harga barang kepada *acquirer* yang ditunjukkan kepada merchant. Setelah pembayaran diterima oleh *merchat*, proses selanjutnya adalah pemenuhan prestasi oleh pihak merchant berupa pengiriman barang sesuai dengan kesepakatan mengenai saat penyerahan dan spesifikasi barang.

Pembayaran/harga dalam transaksi e-commerce pada prinsipnya telah memenuhi ketentuan-ketentuan yang ada dalam sistem perikatan Islam. Uang yang digunakan sebagai instrument pembayaran pengganti

barang dapat ditentukan dan diketahui oleh pihak-pihak yang terlibat dalam transaksi dan dibayarkan segera sesuai kesepakatan setelah semua proses otorisasi selesai dilaksanakan.

3. Macam-macam E-commerce

1. Business to Business (B2B)

Jenis e-commerce ini merupakan transaksi yang dilakukan antar perusahaan atau jenis usaha. B2B adalah transaksi bisa secara elektronik maupun fisik antara bisnis yang satu dengan bisnis lainnya. Konsumen dari penjualan barang dan jasa ini merupakan sebuah grup atau kelompok yang menjalankan bisnis dan bukan konsumen perorangan. Jenis B2B menyediakan volume kebutuhan barang dan jasa yang besar sehingga pelakunya membutuhkan banyak biaya untuk menjalankan bisnisnya dan mempunyai resiko yang cukup besar. Contoh jenis ini adalah Elektronik Dana Interchange, extranet, electronic fund transfer tranfer dan lain-lain. Jurnal merupakan salah satu jenis B2B, dimana target audience jurnal adalah pengusaha atau pemilik bisnis yang membutuhkan jasa pembukuan dan akuntansi.

2. Business to Customer (B2C)

B2C adalah proses transaksi yang dilakukan antara produsen barang atau jasa langsung kepada

konsumen akhir. B2C layaknya toko ritel yang memiliki produk eceran untuk dijual dan gudang untuk stok barang. Contoh bisni B2C yang populer di Indonesia adalah Lazada, Amazon, Ebay, Traveloka, Berrybenka, dan lain sebagainya.

3. Consumer to Consumer (C2C)

C2C adalah transaksi barang atau jasa yang dilakukan dari konsumen kepada konsumen. C2C terbagi atas dua model yakni marketplace dan classified. Di dalam marketplace, konsumen sebagai penyedia barang dan jasa membutuhkan platform sebagai wadah transaksi. Di dalam platform tersebut, konsumen yang bertindak sebagai penjual dapat memposting berbagai produk untuk dibeli oleh konsumen lainnya. Contoh platform C2C di Indonesia adalah Tokopedia, Bukalapak, Shopee dan sebagainya.

4. Consumer to Business (C2B)

Jenis ini individu menawarkan produk atau jasa terhadap perusahaan yang siap untuk membelinya. Contohnya adalah content writer yang menawarkan kemampuannya untuk menulis kepada perusahaan yang membutuhkan. Situs e-commerce yang mengadopsi jenis C2B yang populer yaitu freelancer.com

5. Business to Administration (B2A) dan Consumer to Administration (C2A)

Business to Administration (B2A) atau yang bisa dikenal sebagai Business to Governmen (B2G) adalah jenis e-commerce yang menjual produk atau jasa kepada lembaga pemerintah. Sebagai contohnya adalah pembayaran pajak, iuran BPJS dan lain sebagainya dari individu kepada pemerintah.

6. Online to Offline (O2O)

Jenis bisnis ini yaitu dimana produsen menggunakan dua saluran baik online maupun offline. Pihak produsen akan melakukan promosi, menemukan konsumen, menarik konsumen, serta meningkatkan kesadaran mereka terhadap produk dan layanan melalui jaringan online, yang selanjutnya diteruskan dengan melakukan pembelian di took offline. Jenis ini banyak digunakan pada sektor transportasi seperti Gojek dan Grab serta akomodasi seperti AIRbnb, Airy, dan lain sebagainya.¹⁸

4. Manfaat E-Commerce¹⁹

Manfaat yang dapat diperoleh dari e-commerce bagi perusahaan atau organisasi adalah :

1. Memperluas marketplace hingga ke pasar nasional dan internasional.

¹⁸ Desra, <http://www.jurnal.id>, diakses pada 15 Agustus 2019

¹⁹ Rose Rahmidani, *Penggunaan E-commerce Dalam Bisnis Sebagai Keunggulan Bersaing Perusahaan*, SNEMA, 2015

2. Menurunkan biaya pembuatan, pemrosesan, pendistribusian, penyimpanan, dan pencarian informasi yang menggunakan kertas.
3. Memungkinkan pengurangan inventory dan overhead dengan menyederhanakan supply chain dan management tipe “pull”.
4. Mengurangi waktu antara outlay modal dan penerimaan produk dan jasa.
5. Mendukung upaya-upaya business reengineering.
6. Memperkecil biaya telekomunikasi.
7. Akses informasi lebih cepat.

Manfaat e-commerce bagi konsumen adalah :

1. Memungkinkan pelanggan untuk belanja atau melakukan transaksi lain selama 24 jam sehari sepanjang tahun dari hampir setiap lokasi dengan menggunakan fasilitas internet atau Wi-Fi.
2. Memberikan lebih banyak pilihan kepada pelanggan
3. Pengiriman menjadi sangat cepat.
4. Pelanggan bisa menerima informasi yang relevan secara detail dalam hitungan detik, bukan hari atau minggu.
5. Memberi tempat bagi para pelanggan lain di electronic community dan bertukar pikiran serta pengalaman.
6. Memudahkan persaingan yang pada akhirnya akan menghasilkan diskon secara substansial.

Manfaat e-commerce bagi masyarakat adalah :

1. Memungkinkan orang untuk bekerja didalam rumah dan tidak harus keluar rumah untuk berbelanja. Ini berakibat menurunkan arus lalu lintas di jalan serta mengurangi polusi udara.
2. Memungkinkan sejumlah barang dagangan dijual dengan harga lebih rendah.
3. Memungkinkan orang di negara-negara dunia ketiga dan wilayah pedesaan untuk menikmati aneka produk dan jasa yang akan susah mereka dapatkan tanpa e-commerce.

Manfaat dan Tantangan Penggunaan E-commerce dalam Dunis Bisnis :²⁰

Sebuah perusahaan e-commerce bisa bertahan tidak hanya mengandalkan kekuatan produk saja, tapi dengan adanya tim manajemen yang handal, pengirim yang tepat waktu, pelayanan yang bagus, struktur organisasi bisnis yang baik, jaringan infrastuktur dan keamanan, desain situs web yang bagus, beberapa faktor yang termasuk adalah:

- a. Menyediakan harga kompetitif.
- b. Menyediakan jasa pembelian yang tenggap, cepat, dan ramah.

²⁰ Dewi Irmawati, *Pemanfaatan E-commerce dalam Dunia Bisnis*, Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis, hal 104-105, 2011

- c. Menyediakan informasi barang dan jasa yang lengkap dan jelas.
- d. Menyediakan banyak bonus seperti kupon, penawaran istimewa, dan diskon.
- e. Memberikan perhatian khusus seperti usulan pembelian.
- f. Mempermudah kegiatan perdagangan.

Dengan menggunakan e-commerce, produsen dapat merubah daftar harga atau melakukan kustomisasi produk atau jasa yang ditawarkan dan terinformasikan secara cepat melalui website. Sesuatu yang biasanya memerlukan waktu yang lama untuk dilaksanakan atau diintegrasikan, dengan e-commerce menjadi lebih cepat. Melakukan model usaha yang inovatif atau melakukan reengineering, melaksanakan spesialisasi dengan derajat yang tinggi atau meningkatkan produktivitas dan perhatian terhadap pelanggan, bukan sesuatu yang tidak mungkin dengan e-commerce. E-commerce juga bermanfaat dalam membangun database pelanggan yang komprehensif. Produsen dapat mempunyai informasi tentang pola pemesanan yang dilakukan pelanggan dan mengelola sebagai informasi yang berharga. Database tersebut akan membantu produsen saat melakukan pemasaran dan strategi promosi agar dapat tepat sasaran.

5. Kepatuhan Syariah pada E-commerce

Mayer et al mengungkapkan bahwa dalam transaksi online, setidaknya ada tiga karakteristik penjual yang sedikit banyak dapat mempengaruhi kepercayaan konsumen. Ini adalah kemampuan, kebajikan, dan integritas. Kemampuan mengacu pada keterampilan, kompetisi penjual untuk produk-produknya, kecepatan pengiriman, dan layanan pelanggan yang berkualitas. Benevolence adalah tingkat kepercayaan penjual yang mencakup keinginan untuk melakukan hal-hal baik selain untuk mendapatkan keuntungan yang sah. Integritas mengacu pada lepatuhan terhadap perjanjian atau kondisi yang telah dibuat dengan pembeli.

Muhammad mengungkapkan bahwa pandangan Islam tentang kepercayaan dalam e-commerce tidak jauh berbeda dari model konvensional. Pada kepercayaan Syariah ditambahkan beberapa poin yang sesuai prinsip-prinsip Islam yaitu: pertama, Bentuk penawaran dan perjanjian transaksi; Kedua, Pihak (Penjual dan pembeli); Ketiga, Obyek dan harga dalam transaksi; Keempat, Bebas dari larangan utama, yaitu bunga (riba), perjudian (maysir),

ketidakpastian (gharar), paksaan (ikrah), larangan (haram di alam).²¹

Pemenuhan terhadap nilai-nilai Syariah (Syariah compliance) menjadi aspek yang membedakan sistem konvensional dan Syariah. Menurut Arifin, makna kepatuhan syariah secara luas adalah “penerapan prinsip-prinsip Islam, Syariah dan tradisinya dalam transaksi keuangan dan perbankan serta bisnis lain yang terkait”.

Pengetahuan seseorang tentang syariah akan meningkatkan kepatuhannya terhadap perintah dan larangan Allah ta’ala, sehingga memunculkan kepribadian yang penuh moral dan etika. Keyakinan terhadap Allah ta’ala akan memberikan stabilitas emosi pada individu dan motivasi positif dalam setiap aktifitas bisnisnya. Empati akan kepatuhan syariah juga dapat mendekatkan hubungan antara organisasi dan pelanggannya sehingga membentuk pola interaksi positif yang menguntungkan kedua belah pihak.²²

²¹ Muhammad Kholifatul I. *Shari'ah Compliant E-commerce Models and Consumer Trusts*, Al-Iqtishad Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah, Vol 8 N0 2, 2016

²² Sri Wahyuningsih, *Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Syarian Compliance, dan Persepsi Resiko terhadap Keputusan Pembelian Melalui Jejaring Sosial*, Skripsi Uin Walisongo, hal 26

Kegiatan usaha yang berdasarkan pada prinsip kepatuhan syariah (syaria compliance) diantaranya:²³

1. Tidak ada unsur riba

Secara estimologis riba adalah pertumbuhan (growth), naik (rise), membengkak (increase), dan tambahan (addition) atau sesuatu yang lebih, bertambah dan berkembang serta suatu transaksi yang dapat merugikan salah satu dari kedua belah pihak, sebagaimana terdapat dalam al-Qur'an :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُضَاعَفَةً
 ۝ وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan melipatgandakan dan bertawakalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapatkan keberuntungan (QS. Al-Imron Ayat 130)

2. Tidak ada unsur maysir

Maisir dijelaskan dalam UU No 21 pasal 2 tentang Perbankan Syariah yaitu memperoleh sesuatu dengan sangat mudah tanpa kerja keras atau mendapat keuntungan tanpa kerja. Sebagaimana dijelaskan dalam al-qur'an :

²³ Ayu Fatimah, *Persepsi Pengguna terhadap Kepatuhan Syariah pada Aplikasi Paytrend di Yogyakarta*, Jurnal Universitas Islam Indonesia

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنَّمَا الْخَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنْصَابُ وَالْأَزْلَامُ رِجْسٌ
مِّنْ عَمَلِ الشَّيْطَانِ فَاجْتَنِبُوهُ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Hai orang-orang yang beriman, sesungguhnya (meminum) khamar, berjudi (berkorban untuk) berhala, mengundi nasib dengan panah adalah termasuk perbuatan setan. Maka jauhilah perbuatan-perbuatan itu agar kamu mendapat keberuntungan (QS. Al-Maidah Ayat 90)

3. Tidak ada unsur gharar

Gharar adalah resiko, tipuan dan menjatuhkan diri atau harta pada jurang kebinasaan serta jual beli pada produk yang belum ada wujudnya. Menurut UU No 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, gharar yaitu transaksi yang objeknya tidak jelas, tidak dimiliki, tidak diketahui keberadaannya, atau tidak dapat diserahkan pada saat transaksi dilakukan kecuali lain dalam syariah. Sebagaimana dijelaskan dalam Al-qur'an :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ
رَحِيمًا

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali, dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya

*Allah adalah Maha Penyayang kepadamu
(QS. An-Nisa' Ayat 29)*

Kepatuhan Syariah E-commerce pada penelitian ini adalah kemampuan user merchant yang menjual produk-produknya untuk memenuhi dan beroperasi dibawah prinsip-prinsip Ekonomi Islam. Indikatornya adalah :

- a. Bebas dari larangan utama (riba, maysir, dan gharar)
- b. Penawaran
- c. Pembeli dan penjual
- d. Objek dan harga

6. Dasar Hukum E-commerce di Indonesia

Perdagangan melalui sarana elektronik saat ini diatur dalam undang-undang Nomor 11 tahun 2008 yang telah diubah menjadi Undang-undang Nomor 19 tahun 2016 tentang informasi dan transaksi elektronik,²⁴ Undang-undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang perdagangan²⁵ serta Peraturan Pemerintah No 82 Tahun 2012 Tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.²⁶ Aturan tersebut sfatnya masih parsial karena belum menjangkau permasalahan utama dalam penggunaan e-commerce, yaitu kontrak elektronik, pembayaran elektronik, dan jaminan keamanan, penyelesaian sengketaa, batas negara dan hukum yang

²⁴ Undang-Undang No 16 Tahun 2016

²⁵ Undang-Undang No 7 Tahun 2014

²⁶ Peraturan Pemerintah No 82 Tahun 2012

digunakan, perlindungan konsumen, pajak dan yang terutama adalah harmonisasi sistem hukum.²⁷

Pada Bulan November 2016, Pemerintah melalui Menko Perekonomian, Menkominfo, dan Seskab mengumumkan Paket Kebijakan ke-14 tentang Peta Jalan Sistem Perdagangan Nasional Berbasis Elektronik atau Road Map E-commerce, dengan pokok-pokok kebijakan sebagai berikut :²⁸

1. Pendanaan
2. Perpajakan
3. Perlindungan
4. Konsumen
5. Pendidikan dan SDM
6. Logistik

2.2. Penelitian Terdahulu

Guna mempermudah dalam proses penelitian, maka diperoleh penelusuran pustaka yang kaitannya dengan kemudahan dalam penelitian kali ini, ditemukan beberapa karya sebelumnya sebagai bahan perbandingan dengan hasil penelitian kali ini :

²⁷ Margaretha Rosa Anjani & Budi Santoso, *Urgensi Rekonstruksi Hukum E-commerce di Indonesia*, Jurnal Law Reform, Volume 14 No 1, 2018

²⁸ Wicaksono Febriantoro, *Kajian dan Strategi Pendukung Perkembangan E-commerce bagi UMKM di Indonesia*, Jurnal Manajerial, Vol 3 No 5, 2018

Penelitian yang *pertama*, disusun oleh Ni Made Mirawati, I Made Wardana dan I Putu Gde Sukaatmadja dengan judul “*Pengaruh sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol berperilaku, terhadap niat siswa smk di kota Denpasar untuk menjadi wirausaha*”. Hasil penelitian ini yaitu sikap berwirausaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat siswa SMK di Kota Denpasar untuk menjadi wirausaha. Norma subjektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat siswa SMK di Kota Denpasar untuk menjadi wirausaha. Persepsi kontrol perilaku berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat siswa SMK di Kota Denpasar untuk menjadi wirausaha.

Penelitian yang *kedua*, disusun oleh Yustina Chrismardani yang berjudul “*Theory of Planned Behavior Sebagai Prediktor Intensi Berwirausaha*”. Penelitian ini mengkaji pengaruh dari Theory of Planned Behavior terhadap intensi berwirausaha dan juga menggunakan faktor demografis untuk melihat ada tidaknya perbedaan intensi berwirausaha berdasarkan jenis kelamin, pengalaman bekerja, pengalaman mengikuti seminar/pelatihan wirausaha dan jenis pekerjaan orang tua. Hasil yang diperoleh yaitu :

1. *Subjective norms* dan *perceived behaviour control* berpengaruh terhadap intensi berwirausaha, sedangkan *attitude towards* tidak berpengaruh terhadap intensi berwirausaha

2. Intensi berwirausaha tidak berbeda berdasarkan jenis kelamin
3. Intensi berwirausaha tidak berdasarkan pengalaman berkerja
4. Intensi berwirausaha tidak berbeda berdasarkan pengalaman mengikuti seminar/pelatihan wirausaha
5. Intensi berwirausaha tidak berbeda berdasarkan pekerjaan ayah

Penelitian yang *ketiga*, disusun oleh Dorris Yadewani dan Reni Wijaya yang berjudul “*Pengaruh E-commerce terhadap Minat Berwirausaha*” (Studi Pada AMIK Jayanusa Padang). Hasil penelitian ini yaitu secara stimulan ada ada pengaruh antara e-commerce terhadap minat berwirausaha sehingga mahasiswa AMIK Jayanusa merasa tertantang untuk bisa menyelesaikan semua tugas yang berhubungan dengan e-commerce serta lebih menguasai mata kuliah kewirausahaan sehingga nantinya mampu mengaplikasikan ilmu yang sudah diperoleh selama perkuliahan.

Penelitian yang *keempat*, disusun oleh Iin Seprina, Heri Suroyo, dan Dinny Komalasari dengan judul “*Pengaruh Efektivitas Pengguna E-commerce pada Peningkatan Motivasi Berwirausaha Pada Siswa SMK Bina Jaya Palembang*”. Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran motivasi antara kelompok responden yang sudah memiliki akun e-commerce dengan yang belum serta responden yang memiliki

pengalaman bertransaksi dengan yang belum berpengalaman di e-commerce dan juga motivasi penggunaan e-commerce antara rerata data responden yang memiliki usaha sendiri/keluarga atau yang tidak /belum memiliki usaha. Hasil penelitian ini yaitu : motivasi pengguna aplikasi e-commerce pada responden yang telah memiliki akun lebih tinggi dibandingkan dengan siswa yang telah memiliki usaha sendiri atau usaha keluarga.

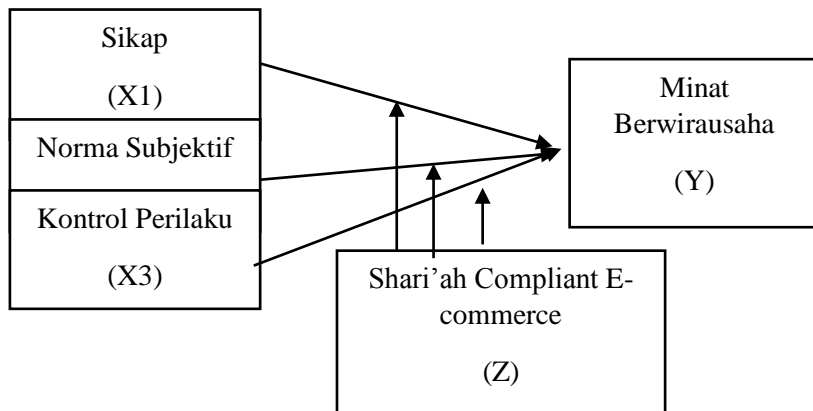
Penelitian yang *Kelima*, disusun oleh Muhammad Kholifatul I. Ardiansyahr et al dengan judul “*Shari’ah Compliant E-commerce Models and Consumer Trust*”. Variabel Shari’ah Compliant E-commerce menggunakan indikator: Bebas dari larangan utama (riba, maysir, dan gharar), Penawaran dan perjanjian, Pembeli dan penjual, Objek dan harga yang mana mempunyai pengaruh positif terhadap kepercayaan konsumen.

Penelitian yang *Keenam*, disusun oleh SB Handayani dan Ida Martini dengan judul “*Online Marketing Memoderasi Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Sulam Pita terhadap Minat Beli Konsumen*”. Hasil penelitian ini yaitu : kualitas produk dan harga penting bagi minat beli konsumen sulam pita di Semarang. Meskipun kedua variabel tersebut penting namun dengan ditambah pengelolaan bisnis modern yaitu bisnis berbasis internet (*online marketing*) ternyata memperkuat pengaruhnya secara positif terhadap minat beli konsumen. Jadi variabel online marketing sebagai variabel moderasi menjadi sangat signifikan dalam penelitian ini. *Online marketing* menjadi media untuk

menyebarkan informasi dan transaksi produk sulam pita dengan jangkauan konsumen jauh lebih banyak dan lebih efektif.

Berdasarkan penelitian terdahulu, peneliti akan mengukur Pengaruh Theory of Planned Behavior Terhadap Minat Merwirausaha Mahasiswa dengan transaksi E-commerce Sebagai Variabel Moderating. Dimana pada masa sekarang ini segala bentuk transaksi jual beli sudah menggunakan aplikasi startup salah satunya e-commerce yang dapat memudahkan proses transaksi antara penjual dan pembeli.

2.3. Kerangka Berfikir



Berdasarkan bangun diatas bahwa variabel X1 adalah Sikap, X2 adalah Norma subjektif, X3 adalah Kontrol perilaku, Z adalah Shari'ah Compliant E-commerce sebagai variabel moderating yang berfungsi untuk memperkuat atau memperlemah variabel X1 X2 dan X3 terhadap variabel Y, Y

adalah untuk variabel dependen yaitu minat berwirausaha. Pada kerangka berfikir diatas Z merupakan pure moderator (moderator asli), yang mana Z bukan merupakan variabel independen.

2.4. Hipotesis

Dari pokok permasalahan dan kerangka teoritis yang telah disampaikan di atas, maka hipotesis penelitiannya adalah sebagai berikut :

1. Sikap berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo.
2. Norma Subjektif berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo.
3. Kontrol perilaku berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo.
4. Shari'ah Compliant E-commerce memoderasi positif pengaruh sikap terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo.
5. Shari'ah Compliant E-commerce memoderasi positif pengaruh norma subjektif terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo.

6. Shari'ah Compliant E-commerce memoderasi positif pengaruh kontrol perilaku terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini yang digunakan adalah penelitian deskriptif kuantitatif yaitu salah satu jenis penelitian yang bertujuan mendeskripsikan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta dan sifat populasi tertentu, atau mencoba menggambarkan fenomena secara detail. Penelitian ini memusatkan pemecahan masalah yang ada pada masa sekarang atau masalah kejadian yang aktual berarti.³⁹

Jenis deskriptif kuantitatif yang digunakan peneliti adalah dengan cara mengumpulkan data-data yang diperlukan. Kemudian dianalisa menggunakan Theory of Planned Behavior dan diinterprestasikan sehingga dapat memberikan gambaran mengenai minat berwirausaha mahasiswa dengan transaksi e-commerce sebagai variabel moderating. Metode ini dilakukan dengan mengambil objek penelitian mahasiswa fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.

³⁹ Muri Yusuf, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*, Prenadamedia, 2014

3.2. Jenis dan Sumber Data

Meskipun ada banyak macam klasifikasi data, namun yang banyak dimanfaatkan dalam desain penelitian adalah klasifikasi menurut cara memperolehnya, yaitu :⁴⁰

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh peneliti dari sumber asli. Menurut kuncoro metode untuk pengumpulan data primer dapat dilakukan dengan cara pasif dan aktif. Metode pengumpulan data dengan cara pasif dapat dilakukan dengan metode observasi. Sedangkan metode pengumpulan data dengan cara aktif dapat dilakukan dengan wawancara baik personal, telepon maupun komputer.

Data primer diperoleh dari proses penyebaran angket atau kuesioner online kepada responden yaitu mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang. Ini merupakan suatu metode pengumpulan data dengan memberikan atau menyebar daftar pertanyaan kepada responden mengenai minat berwirausaha mahasiswa.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi, sudah dikumpulkan dan diolah oleh

⁴⁰ Muhamad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, Jakarta: Rajawali Pers, 2012, h. 103-108

pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi data sekunder dapat berupa data internal dan data eksternal. Data internal merupakan dokumen atau catatan dari sebuah organisasi. Sedangkan data eksternal yang dikumpulkan oleh sumber-sumber diluar organisasi.

3.3. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu.⁴¹

Populasi dari penelitian ini adalah mahasiswa fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yaitu yang berjumlah 1.788 mahasiswa.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan

⁴¹ Sugiyono, Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, Bandung: Alfabeta, 2016, hal 115

peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari populasi itu, kesimpulannya akan dapat diperlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representative (mewakili).⁴²

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu menggunakan simple random sampling yaitu metode sampling dimana sampel dipilih secara acak, sehingga peluang setiap elemen untuk terpilih sebagai sampel sama.⁴³

Dalam penelitian ini sampel yang digunakan adalah bagian dari mahasiswa yang berada di fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang, dan memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi sampel tanpa ada kriteria yang khusus atau tertentu. Penelitian ini menggunakan Teknik Solvin untuk mengukur sampel, dengan rumus sebagai berikut⁴⁴ :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

⁴² Sugiono,..., opcit., hal 116

⁴³ Rambat Lupiyoadi & Ridho Bramulya Ikhsan, *Praktikum Metode Riset Bisnis*, Jakarta: Salemba Empat, 2015, hal 73

⁴⁴ Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta : Kencana, 2013, hlm. 32

Keterangan :

n = sebagian mahasiswa FEBI

N = jumlah mahasiswa FEBI

e = perkiraan tingkat kesalahan sebesar 10 %.⁴⁵

$$n = \frac{1.788}{1 + 1.788(0,1)^2} = \frac{1.788}{1 + 17,88} = 94,7$$

3.4. Definisi Variabel

Menurut Hubungan antara suatu variabel dengan variabel yang lain maka macam-macam variabel dapat dibedakan menjadi⁴⁶ :

1. Variabel Independen :

Variabel ini sering disebut sebagai variabel stimulus, prediktor, antecedent. Dalam Bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam SEM (Structural Equation Modeling) /Pemodelan Persamaan Struktural, variabel independen disebut sebagai variabel eksogen.

⁴⁵ Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2008, hal 180

⁴⁶ Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis*,.... , opcit, hal 58-59

2. Variabel Dependen :

Sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam Bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam SEM (Structural Equation Modeling) /Pemodelan Persamaan Struktural, variabel dependen disebut sebagai variabel endogen.

3. Variabel Moderating :

Variabel yang mempengaruhi (memperkuat dan memperlemah) hubungan antara variabel independen dengan dependen. Variabel ini disebut juga sebagai variabel independen kedua. Variabel moderating disini adalah Shariah Compliant E-commerce (Z).

3.5. Operasional Variabel dan Skala Pengukuran

Operasional variabel diperlukan untuk menentukan indikator dan skala yang digunakan dari variabel- variabel yang terkait dalam penelitian.

Tabel 2.1
Operasional Variabel dan Skala Pengukuran

Variabel	Definisi	indikator	Skala Pengukuran
Sikap	kepercayaan terhadap minat yang mempunyai tingkatan dimana seseorang mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam mempunyai evaluasi yang baik atau tidak baik terhadap minat untuk berwirausaha	1. Disiplin 2. Percaya Diri 3. Menyukai tantangan	Skala Linker
Norma Subjektif	Norma subjektif sebagai faktor sosial yang menunjukkan tekanan sosial yang dirasakan yaitu kombinasi antara kepercayaan seseorang tentang	1. Keluarga 2. Kerabat dekat 3. Teman	Skala Linkert

	setuju dan atau tidak setuju seseorang atau kelompok yang dianggap penting bagi individu terhadap suatu perilaku dan motivasi individu untuk mematuhi anjuran tersebut, untuk mempunyai minat atau tidak mempunyai minat berwirausaha.		
Kontrol Perilaku	Kontrol perilaku yang dirasakan menunjukkan mudah atau sulitnya melakukan tindakan dan dianggap sebagai pengalaman disamping halangan atau hambatan yang	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemampuan 2. Pengalaman 3. Keberanian 	Skala Linkert

	terantisipasi dalam minat berwirausaha.		
Minat Berwirausaha	Minat berwirausaha adalah suatu persepsi seseorang mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam yang mempertimbangkan faktor-faktor sebelum melakukan perilaku	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keinginan berwirausaha 2. Evaluasi keyakinan 3. Usaha untuk berwirausaha 	Skala Linkert
Shari'ah Compliant E-commerce	Kepatuhan terhadap perintah dan larangan Allah sehingga memunculkan kepribadian yang bermoral dan beretika pada proses jual beli E-commerce	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bebas dari larangan utama (riba, maysir, dan gharar) 2. Penawaran 3. Pembeli dan penjual 4. Objek dan harga 	Skala Linkert

Kelebihan Skala Linkert :

1. Alasan kemudahan

2. Interval *respons* yang lebih besar yang membuat skala ini dapat memberikan keterangan yang lebih nyata atau tegas tentang pendapat atau sikap responden tentang isu yang dipertanyakan.
3. Reabilitas yang lebih tinggi (semakin banyak jumlah item semakin berkurang reabilitasnya).⁴⁷

3.6. Teknik Pengumpulan Data

Teknik Pengumpulan data penelitian ini dilakukan dengan :

1. Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan Teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan responden.⁴⁸

Dalam skala linkert, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau

⁴⁷ Darmandi Duriyanto, dkk, *Strategi Menaklukkan Pasar melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2004, hlm.41

⁴⁸ Darmandi Duriyanto, dkk,...., opcit, hal 199

pertanyaan. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala linkert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata:⁴⁹

- a. Sangat Setuju diberi skor 5
- b. Setuju diberi skor 4
- c. Ragu-ragu diberi skor 3
- d. Tidak Setuju diberi skor 2
- e. Sangat Tidak Setuju diberi skor 1

3.7. Teknik Analisis data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data regresi linier berganda. Teknik ini menggunakan alat bantu berupa software komputer program SPSS. SPSS (Statistical Package for Social Sciences) yaitu software yang berfungsi untuk menganalisis data, melakukan perhitungan statistik baik untuk statistic parametik maupun non parametik dengan basis windows.

1. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Validitas adalah keadaan yang menggambarkan tingkat kevalidan atau kesahihan dari suatu instrumen. Validitas sebuah alat ukur ditunjukkan

⁴⁹ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, hal 93

dari kemampuannya mengukur apa yang seharusnya diukur. Demikian juga kuesioner riset. Kuesioner riset dikatakan valid apabila instrument tersebut benar-benar mampu mengukur besarnya nilai variabel yang diteliti.⁵⁰ Untuk mengetahui tingkat validitas kuisisioner digunakan rumus korelasi product moment dengan formula sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\frac{n\sum X^2 - (\sum X)^2}{n} \cdot \frac{n\sum Y^2 - (\sum Y)^2}{n}}}$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi X dengan Y

X = Nilai skor per butir pertanyaan

Y = Total nilai skor seluruh pertanyaan

N = Besar sampel

Kriteria pengujiannya adalah jika r hitung > r table, maka pertanyaan tersebut adalah valid begitu juga sebaliknya.

b. Uji Reliabilitas

Pengertian reabilitas sebenarnya adalah untuk mengukur suatu kuisisioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuisisioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap

⁵⁰ Suliyanto, *Metodologi Riset Bisnis*, Yogyakarta: Andi, 2009, hal

pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.⁵¹ Uji Reliabilitas menggunakan Cronbach Alpha, dengan melihat koefisien Cronbach Alpha sebesar $> 0,60$ maka instrument penelitian yang dilakukan dianggap reliabel.⁵²

2. Uji Asumsi Klasik⁵³

Dalam analisis regresi terdapat beberapa asumsi yang harus dipenuhi sehingga persamaan regresi yang dihasilkan akan valid jika digunakan untuk memprediksi suatu masalah. Model regresi linier, khususnya regresi berganda dapat disebut sebagai model yang baik jika model tersebut memenuhi kriteria BLUE (*Best Linear Unbiased Estimator*). Kriteria BLUE dapat dicapai bila memenuhi syarat asumsi klasik.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji distribusi data yang akan dianalisis, apakah penyebarannya normal atau tidak, sehingga dapat digunakan dalam analisis parametrik. Apabila apabila data tidak berdistribusi

⁵¹ Ghazali, *Aplikasi analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2005

⁵² Agus Tri Basuki & Nano Prawoto, *Analisis Regresi dalam penelitian Ekonomi & Bisnis*, Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada, 2016, hlm. 117

⁵³ Rambat Lupiyoadi & Ridho Bramulya ikhsan, *Praktikum Metode Penelitian Bisnis*, Jakarta: Salemba Empat, 2015, hal 134

normal, maka kita tidak dapat menggunakan analisis parametrik melainkan analisis nonparametrik. Untuk mengujinya akan digunakan alat uji normalitas dengan Rasio Skewness dan Rasio Kurtosis atau biasa disebut uji K-S. pada uji K-S, data dikatakan normal apabila nilai $\text{Sign} > 0,05$.

b. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas berarti variasi residual tidak sama dari satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya, sehingga variansi residual harus bersifat homoskedastisitas, yaitu pengamatan satu dengan pengamatan yang lain sama agar memberikan pendugaan model yang lebih akurat. Dasar pengambilan keputusannya adalah :

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik (point-point) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang), maka telah terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

c. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas adalah suatu kondisi dimana terjadi korelasi atau hubungan yang kuat diantara variabel bebas yang diikutsertakan dalam pembentukan

model regresi linier. Dalam analisis regresi, suatu model harus terbebas dari gejala multikolinieritas dan untuk mendeteksi apakah suatu model mengalami gejala multikolinieritas, maka kita dapat melihat pada :

- 1) Ketidakkonsistenan antara koefisien regresi yang diperoleh dengan teori yang digunakan. Misalnya, nilai koefisien regresi yang dihasilkan dari perhitungan menghasilkan nilai negative, sedangkan teori yang digunakan menyatakan bahwa koefisien regresi bernilai positif.
- 2) Nilai R-Square semakin membesar, padahal pada pengujian secara parsial tidak ada pengaruh atau nilai signifikan $> 0,05$.
- 3) Terjadi perubahan yang berarti pada koefisien model regresi.
- 4) Overestimated dari nilai standar error untuk koefisien regresi. Untuk mengetahui apakah suatu model regresi yang dihasilkan mengalami gejala multikolinieritas, dapat dilihat pada nilai VIF (Variance Inflation Factor). Model regresi yang baik, jika hasil perhitungan menghasilkan nilai $VIF < 10$ dan bila menghasilkan nilai $VIF > 10$ berarti telah terjadi multikolinieritas yang serius di dalam model regresi. Selain menggunakan VIF juga bisa dideteksi menggunakan nilai tolerance, yaitu nilai tolerance

yang dihasilkan mendekati 1, maka terbebas dari gejala multikolinieritas sedangkan semakin menjauhi 1, maka model tidak terjadi /bebas gejala multikolinieritas.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut (Usman dan Purnomo, 2008: 232-234)

Regresi linier berganda adalah regresi dimana variabel terikat (Y) dihubungkan lebih dari satu variabel yang merupakan pengembangan dari analisis regresi sederhana, dan juga digunakan untuk alat ukur mengenai hubungan yang terjadi antara variabel terikat (Y) dengan dua atau lebih variabel

Analisis regresi linier berganda merupakan analisis statistik yang menghubungkan antara dua variabel independen atau lebih (X_1, X_2, \dots, X_n) dengan variabel dependen Y. secara umum model regresi linier berganda untuk populasi adalah sebagai berikut.⁵⁴

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + e$$

Keterangan :

Y	=	Minat berwirausaha
a	=	Nilai konstanta/parameter intercept
X1	=	Sikap
X2	=	Norma subjektif

⁵⁴ Rambat Lupiyoadi & Ridho Bramulya Ikhsan, Praktikum..., opcit, hal 157

- $X3$ = Kontrol perilaku
 $X4$ = layanan e-commerce
 b_1, \dots, b_4 = Nilai koefisien regresi/parameter koefisien regresi variabel independent
 e = *Error Term*, tingkat kesalahan penduga dalam penelitian.

Untuk menguji regresi ini menggunakan Model Regression Analysis (MRA). MRA yaitu uji interaksi merupakan aplikasi khusus regresi berganda linier dimana dalam persamaan regresinya mengandung unsur interaksi (perkalian dua variabel atau lebih variabel independent).⁵⁵ Adapun MRA dinyatakan dalam bentuk persamaan sebagai berikut⁵⁶ :

Persamaan

a. $Y = a + b_1X_1 + b_1X_1Z + e_1$

b. $Y = a + b_2X_2 + b_2X_2Z + e_2$

c. $Y = a + b_3X_3 + b_3X_3Z + e_3$

Keterangan :

Y = Minat Berwirausaha

a = Konstanta

b_1 = Koefisien regresi untuk X_1

⁵⁵ Edy Supriyadi, *SPSS+Amos*, Jakarta : In Media, 2014, hlm. 100

⁵⁶ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IMB SPSS 19*, Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016 cet VIII hlm. 219

b2	=	Koefisien regresi untuk X2
b3	=	Koefisien regresi untuk X3
b4	=	Koefisien variabel moderasi
X1	=	sikap (variabel bebas pertama)
X2	=	Norma Subjektif (variabel bebas kedua)
X3	=	Kontrol perilaku (variabel bebas ketiga)
Z	=	Layanan e-commerce (variabel moderating)
e	=	<i>Error Term</i> , tingkat kesalahan penduga dalam penelitian.

Pengambilan keputusan dalam MRA ini adalah jika variabel moderating memiliki nilai signifikan yang baik dan nilai koefisien parameter negatif, maka dapat disimpulkan variabel tersebut disebut sebagai variabel moderating.⁵⁷

3.8. Pengujian Hipotesis

1. Uji Parsial (Uji T)

Uji T merupakan salah satu jenis uji hipotesis yang sering digunakan dalam penelitian. Jenis uji ini bertujuan untuk membandingkan apakah rata-rata sebuah populasi atau dua populasi memiliki perbedaan secara signifikan.

⁵⁷ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IMB SPSS 19*, Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011 cet V hlm. 244

Kriteria pengujian uji T yaitu :

- a. Jika $\pm t_{\text{hitung}} < \pm t_{\text{tabel}}$, atau nilai $\text{Sig} \geq 0,05$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.
- b. Jika $\pm t_{\text{hitung}} > \pm t_{\text{tabel}}$, atau nilai $\text{Sig} < 0,05$, maka H_1 diterima dan H_0 ditolak.

2. Uji Keseluruhan (Uji F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independent yang digunakan berpengaruh secara Bersama-sama terhadap satu variabel dependen.⁵⁸

Nilai F dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$F = \frac{R^2 K}{1 - R^2 \int n - k - 1}$$

Keterangan :

n = jumlah sampel

k = jumlah variabel bebas

R^2 = koevisien determinasi

Dasar pengambilan keputusan :

- a. Jika $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$, maka H_0 diterima
- b. Jika $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$, maka H_0 ditolak

Berdasarkan nilai probabilitas (signifikan) dasar pengambilan keputusan adalah :

- a. Jika probabilitas $> 0,05$ maka H_0 diterima
- b. Jika probabilitas $< 0,05$ maka H_0 ditolak

⁵⁸ Imam Ghozali, Aplikasi..., opcit, hal 83

3. Uji Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model independen dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol (0) dan satu (1). Nilai R yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independent (bebas) dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independent memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Secara umum koefisien determinasi untuk data silang (*crossection*) relative rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtun waktu (*time series*) biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi.⁵⁹

⁵⁹ Imam Ghazali, Aplikasi,....., opcit, hal 77

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1. Sejarah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Walisongo memiliki kewajiban moral didaktif untuk menawarkan sistem ekonomi syariah sebagai pilar ekonomi Indonesia baru menggantikan sistem ekonomi konvensional. Kewajiban untuk menawarkan sistem Ekonomi dan Bisnis Islam tidak hanya sebatas pada konsepsi akan tetapi hingga pada implementasi dalam mengupayakan ketersediaan SDM yang mampu menerjemahkan syariah kedalam relung perniagaan sistem ekonomi masyarakat.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam berdiri pada tanggal 13 Desember 2013 yang diresmikan oleh Menteri Agama Republik Indonesia, Dr. Suryadharma Ali. Berdirinya fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam ini dilatarbelakangi oleh beberapa pertimbangan sebagai berikut :

1. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam adalah jalur pendidikan yang aplikatif dan sangat strategis untuk memenuhi kebutuhan bidang ekonomi khususnya sektor perbankan nasional serta memenuhi tantangan

pengembangan ilmu pengetahuan masyarakat modern saat ini dan yang akan datang.

2. Banyaknya bank-bank konvensional yang membuka layanan bank syariah, disamping tentu telah banyaknya lahir bank-bank syariah baru. Hal itu menunjukkan bahwa akan terus banyak dibutuhkan dan diperlukan tenaga-tenaga profesional perbankan syariah pada saat ini maupun yang akan datang.
3. Banyaknya lulusan Madrasah Aliyah maupun SMU yang lebih memilih ke perguruan tinggi umum hanya dikarenakan program studi umum yang terlihat lebih prospektif, lebih marketable dan menjanjikan bidang lapangan kerja yang luas. Padahal baik lulusan MA ataupun SMU merupakan *basic source* calon mahasiswa. Oleh karenanya diperlukan terobosan pembukaan program studi baru dilingkungan UIN Walisongo Semarang yang lebih aplikatif dan ditunjang dengan jaringan pengelolaan dan pemagangan yang profesional.
4. Keberadaan tenaga ekonomi dan perbankan syariah yang semakin diperlukan.
5. UIN Walisongo keberadaannya terletak disentra ekonomi dan Kawasan industri yang banyak dikelilingi berbagai jenis industri, unit usaha serta berbagai lembaga keuangan. Dengan demikian dengan didirikannya Fakultas Ekonomi

dan Bisnis Islam menjadi semacam simbiosis mutualisme antara dunia pendidikan dengan dunia usaha.

Sedangkan peran pokok Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang terkait dengan pembangunan perekonomian nasional yaitu :

Pertama, luasnya sektor lapangan kerja lulusan Ekonomi dan Bisnis Islam yang sedang tumbuh dinamis dari tahun ke tahun.

Kedua, Fakultas ini secara aktif memberikan masukan kepada penyusun regulasi keuangan syariah terutama tentang perlunya muatan etika dan kaidah-kaidah keislaman.

Ketiga, keberadaan fakultas ini dapat berkontribusi dalam memenuhi kebutuhan tenaga kerja dunia keuangan syariah yang berkarakter dan berbudi tinggi dengan mempertahankan ruh keislaman dan keilmuan yang memadai.

4.1.2. Visi, Misi, dan Tujuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

1. Visi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

“Terdepan dalam mengembangkan ilmu ekonomi dan bisnis Islam berbasis kesatuan ilmu pengetahuan untuk kemanusiaan dan peradaban pada tahun 2038”

2. Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

- a. Menyelenggarakan pendidikan ilmu ekonomi dan bisnis Islam yang responsive terhadap kebutuhan masyarakat.

- b. Menyelenggarakan penelitian dan pengembangan ilmu ekonomi dan bisnis Islam teoritik dan aplikatif dan mampu menjawab problematika masyarakat.
- c. Menyelenggarakan rekayasa sosial dan pengabdian masyarakat bidang ekonomi dan bisnis Islam.
- d. Menggali, mengembangkan dan menerapkan nilai-nilai kearifan local bidang ekonomi dan bisnis Islam.
- e. Menyelenggarakan kerjasama dengan berbagai lembaga dalam skala regional, nasional dan internasional di bidang pendidikan, penelitian, pengabdian masyarakat dan pengembangan sumber daya.
- f. Menyelenggarakan tata pengelolaan kelembagaan professional berstandar internasional.

4.1.3 Tujuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

- 1. Melahirkan lulusan yang memiliki kapasitas akademik dan professional bidang ekonomi dan bisnis Islam dengan keluhuran budi yang mampu menerapkan dan mengembangkan kesatuan ilmu pengetahuan.
- 2. Mengembangkan riset dan pengabdian kepada masyarakat bidang ekonomi dan bisnis Islam yang berkontribusi bagi peningkatan kualitas kehidupan

masyarakat dalam beragama, berbangsa dan bernegara.

3. Berkontribusi dalam membangun dan memberdayakan ekonomi masyarakat berbasis nilai-nilai Islam di bidang ekonomi dan bisnis.
4. Berperan dalam melestarikan dan mengembangkan nilai-nilai budu luhur ekonomi bangsa sebagai manifestasi integrasi Islam dalam kearifan lokal berekonomi.
5. Terbangunnya jaringan yang kokoh, fungsional dan sinergis dengan berbagai pihak dalam rangka pengembangan keilmuan dan kemasyarakatan.
6. Terwujudnya tata kelola kelembagaan yang maju, berkualitas dan berdaya saing internasional.¹

4.2. Analisis Deskriptif

4.2.1. Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo khususnya mahasiswa semester akhir. Pengerjaan kuesioner ini dimulai dari tanggal 30 September sampai 13 Oktober 2019.

¹ Febiwalisongo.ac.id, diakses pada 26 September 2019

Tabel 4.1
Jumlah Populasi dan Sampel

Populasi	Sampel
1788	95

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik	Jumlah (orang)	Persentase %
Laki-laki	24	25,3%
Perempuan	71	74,7%
Total	95	100 %

Berdasarkan Tabel terlihat bahwa responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 24 responden (25,3%) dan perempuan sebanyak 71 responden (74,7%). Hasil penelitian ini menunjukkan responden berjenis kelamin perempuan lebih dominan daripada responden berjenis kelamin laki-laki.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Karakteristik responden berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
17 Tahun	2	2,2%
20 Tahun	6	6,4%
21 Tahun	27	28,5%
22 Tahun	47	49,7%
23 Tahun	13	13,8%
Total	95	100%

Berdasarkan Tabel terlihat bahwa karakteristik responden berdasarkan usia 17 tahun berjumlah 2 orang (2,2%), responden yang berusia 20 tahun berjumlah 6 orang (6,4%), responden yang berusia 21 tahun berjumlah 27 orang (28,5%), responden yang berusia 22 tahun berjumlah 47 orang (49,7%), dan responden berusia 23 tahun berjumlah 13 orang (13,8%). Hal ini menunjukkan bahwa responden berusia 22 tahun lebih dominan karena pada saat penyebaran kuesioner yang dilakukan, peneliti lebih banyak menjumpai responden yang berusia 22 tahun.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi

Karakteristik responden berdasarkan program studi dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.4

Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi

Program Studi	Jumlah (orang)	Persentase (%)
D3 Perbankan Syariah	1	1,1%
Ekonomi Islam	63	66,3%
S1 Perbankan Syariah	13	13,7%
Akuntansi Syariah	18	18,9%
Total	95	100%

Berdasarkan Tabel terlihat bahwa karakteristik responden berdasarkan program studi D3 Perbankan Syariah berjumlah 1 orang (1,1%), Ekonomi Islam berjumlah 63 orang (66,3%), S1 Perbankan Syariah berjumlah 13 orang (13,7%), Akuntanssi Syariah berjumlah 18 orang (18,9%). Dengan demikian, rsponden dengan program Ekonomi Islam lebih dominan pada penelitian ini.

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Angkatan

Karakteristik responden berdasarkan tahun angkatan dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.5

Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Angkatan

Tahun Angkatan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
2015/2016	64	67,4% 1

2016/2017	31	32,6%
Total	95	100%

Berdasarkan Tabel terlihat bahwa karakteristik responden berdasarkan tahun Angkatan 2015/2016 berjumlah 64 orang (67,4%), dan tahun Angkatan 2016/2017 berjumlah 31 orang (32,6%). Dengan demikian, responden dengan tahun Angkatan 2016/2016 lebih dominan pada penelitian ini.

4.2.2. Jawaban Responden

1. Distribusi Jawaban Responden Variabel Sikap (X1)

Distribusi jawaban responden variabel Sikap dapat dilihat pada table berikut :

Tabel 4.6

Distribusi Jawaban Responden Variabel Sikap (X1)

Jawaban		STS (1)	TS (2)	RR (3)	S (4)	SS (5)	Total
X1.1	N	0	0	1	41	53	95
	%	0	0	1	43,2	55,8	100
X1.2	N	0	1	22	63	9	95
	%	0	1	23,2	66,3	9,5	100
X1.3	N	0	0	7	66	22	95
	%	0	0	7,4	69,4	23,2	100
X1.4	N	0	1	25	58	11	95
	%	0	1	26,3	61,1	11,6	100
X1.5	N	0	3	20	62	10	95
	%	0	3,2	21,1	65,2	10,5	100

X1.6	N	0	0	11	67	17	95
	%	0	0	11,6	70,5	17,9	100

Tabel 4.7

Distribusi Jawaban Responden Varibel Norma Subjektif

Jawaban		STS (1)	TS (2)	RR (3)	S (4)	SS (5)	Total
X2.1	N	0	0	7	62	26	95
	%	0	0	7,4	65,3	27,3	100
X2.2	N	0	11	32	39	13	95
	%	0	11,6	33,7	41	13,7	100
X2.3	N	0	10	38	39	8	95
	%	0	10,5	40	41,1	8,4	100
X2.4	N	0	5	25	56	9	95
	%	0	5,3	26,3	38,9	9,5	100
X2.5	N	0	8	29	46	12	95
	%	0	8,4	30,5	48,5	12,6	100
X2.6	N	0	3	29	50	13	95
	%	0	3,2	30,5	51,6	13,7	100

(X2)

Tabel 4.8

Distribusi Jawaban Responden Varibel Kontrol Perilaku**(X3)**

Jawaban		STS (1)	TS (2)	RR (3)	S (4)	SS (5)	Total
X3.1	N	3	27	34	25	6	95
	%	3,2	28,4	35,8	26,3	6,3	100

X3.2	N	0	2	25	60	8	95
	%	0	2,1	26,3	63,2	8,4	100
X3.3	N	0	4	10	61	20	95
	%	0	4,2	10,5	64,2	21,1	100
X3.4	N	0	4	13	57	21	95
	%	0	4,2	13,7	60	22,1	100
X3.5	N	0	5	38	45	7	95
	%	0	5,3	40	47,3	7,4	100
X3.6	N	0	2	30	51	12	95
	%	0	2,1	31,7	53,8	12,4	100

Tabel 4.9

Distribusi Jawaban Responden Varibel Minat

Berwirausaha (Y)

Jawaban		STS (1)	TS (2)	RR (3)	S (4)	SS (5)	Total
Y1	N	0	2	12	48	33	95
	%	0	2,1	12,6	50,5	34,8	100
Y2	N	0	1	3	37	54	95
	%	0	1,1	3,2	38,9	56,8	100
Y3	N	0	0	5	52	28	95
	%	0	0	5,3	54,7	40	100
Y4	N	0	1	1	50	43	95
	%	0	1,1	1,1	52,6	45,2	100
Y5	N	0	0	5	61	29	95
	%	0	0	5,3	64,2	30,5	100
Y6	N	0	1	9	61	24	95
	%	0	1,1	9,4	64,2	25,3	100

Tabel 4.10
Distribusi Jawaban Responden Variabel Syariah
Compliant E-commerce (Z)

Jawaban		STS (1)	TS (2)	RR (3)	S (4)	SS (5)	Total
Z1	N	0	1	7	50	37	95
	%	0	1,1	7,4	52,6	38,9	100
Z2	N	0	0	8	50	37	95
	%	0	0	8,4	52,7	38,9	100
Z3	N	0	0	11	61	23	95
	%	0	0	11,6	64,2	24,2	100
Z4	N	0	2	7	64	22	95
	%	0	2,1	7,4	67,3	23,2	100
Z5	N	0	0	9	70	16	95
	%	0	0	9,5	73,7	16,8	100
Z6	N	0	0	6	66	23	95
	%	0	0	6,3	69,5	24,2	100
Z7	N	0	1	10	64	20	95
	%	0	1,1	10,5	67,4	21,1	100
Z8	N	0	1	7	62	25	95
	%	0	1,1	7,4	65,3	26,2	100

4.3. Uji Kelayakan Data

4.3.1. Uji Validitas

Kriteria daftar pertanyaan untuk masing-masing variabel dapat dikatakan valid apabila nilai dari r hitung lebih besar atau sama dengan nilai r table. Untuk mengetahui r hitung peneliti menggunakan alat bantu SPSS 26 sedangkan untuk mencari r table adalah dengan mencarinya dalam table

(terlampir) dengan harus mengetahui terlebih dahulu derajat kebebasannya. Adapun rumus derajat kebebasan (*degree of freedom*) dalam penelitian ini adalah jumlah responden dikurangi 2 ($df = n-2$). Diketahui jumlah n adalah 95 sampel, sehingga besarnya df adalah $95-2 = 93$ dengan α 0,05 (5%). Maka didapat r table 0,169. Adapun hasil uji validitas dapat dilihat pada table berikut :

Tabel 4.11
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pertanyaan	Corrected Item- Total Correlation	R table	Keterangan
Sikap	X1.1	0,530	0,169	Valid
	X1.2	0,659	0,169	Valid
	X1.3	0,476	0,169	Valid
	X1.4	0,701	0,169	Valid
	X1.5	0,735	0,169	Valid
	X1.6	0,698	0,169	Valid
Norma Subjektif	X2.1	0,497	0,169	Valid
	X2.2	0,704	0,169	Valid
	X2.3	0,797	0,169	Valid
	X2.4	0,718	0,169	Valid
	X2.5	0,752	0,169	Valid
	X2.6	0,696	0,169	Valid
Kontro Perilaku	X3.1	0,709	0,169	Valid
	X3.2	0,689	0,169	Valid
	X3.3	0,641	0,169	Valid
	X3.4	0,667	0,169	Valid

	X3.5	0,773	0,169	Valid
	X3.6	0,678	0,169	Valid
Minat Berwirausaha	Y.1	0,804	0,169	Valid
	Y.2	0,724	0,169	Valid
	Y.3	0,811	0,169	Valid
	Y.4	0,779	0,169	Valid
	Y.5	0,649	0,169	Valid
	Y.6	0,648	0,169	Valid
Shariah Compliant E-commerce	Z.1	0,625	0,169	Valid
	Z.2	0,709	0,169	Valid
	Z.3	0,718	0,169	Valid
	Z.4	0,701	0,169	Valid
	Z.5	0,695	0,169	Valid
	Z.6	0,809	0,169	Valid
	Z.7	0,762	0,169	Valid
	Z.8	0,602	0,169	Valid

Sumber : Data primer yang diolah tahun 2019

Berdasarkan data yang sudah dilakukan pengolahan diatas maka dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan adalah valid karena setiap item memiliki nilai korelasi r hitung diatas r table yaitu sebesar 0,169.

4.3.2. Uji Reliabilitas

Analisis uji reliabilitas digunakan untuk mengukur kuesioner yang bebas dari kesalahan. Pengujian ini dilakukan menggunakan SPSS 26, dimana dalam mengukur reliabilitas disini menggunakan uji statistic Cronbach's alpha (α), yang mana suatu variabel dikatakan reliabel apabila cronbach's alpha

(α) lebih dari 0,60. Adapun hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada table berikut :

Tabel 4.12
Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach alpha Coefficient (α)	Keterangan
Sikap (X1)	0,707	Reliabel
Norma Subjektif (X2)	0,790	Reliabel
Kontrol Perilaku (X3)	0,775	Reliabel
Minat Berwirausaha (Y)	0,830	Reliabel
Shariah Compliant E-commerce (Z)	0,850	Reliabel

Sumber : Data Primer yang Diolah Tahun 2019

Berdasarkan table diatas maka dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan diatas dinyatakan reliabel karena semua item memiliki nilai Cronbach alpha Coefficient (α) lebih dari 0,60. Selanjutnya item-item dalam setiap variabel tersebut layak digunakan sebagai alat ukur.

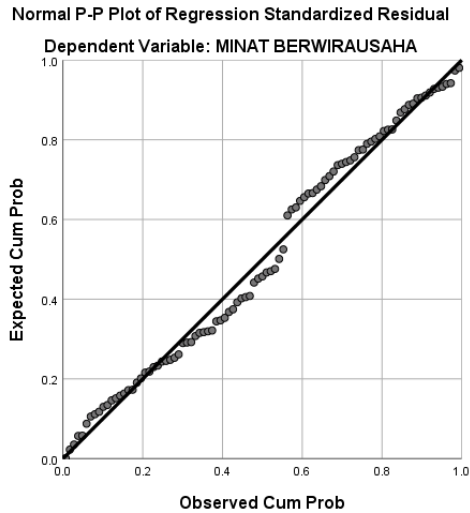
4.4. Uji Asumsi Klasik

4.4.1. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam residual data dari model regresi memiliki distribusi yang normal atau tidak. Dalam pengujian normalitas menggunakan uji grafik

(P. Plot) yang berupa titik-titik pada garis diagonal seperti gambar dibawah ini :

Gambar 4.1
Hasil Uji Normalitas



Sumber : Data Primer yang diolah tahun 2019

Hasil kurva normal probality plot memperlihatkan bahwa titik-titik pada grafik terhimpit dan mengikuti garis diagonalnya, sehingga dapat disimpulkan data yang sudah diolah terdistribusi dengan normal dan atau bisa diasumsikan bahwa uji normalitas dapat diterima.

Sedangkan uji normalitas dengan menggunakan uji statistic *One-Sample Kolmogrov-Smirnov Test* dapat dilihat pada table berikut :

Tabel 4.13
Hasil Uji Kolmogorof-Smirnov
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		95
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.11047493
Most Extreme Differences	Absolute	.068
	Positive	.068
	Negative	-.060
Test Statistic		.068
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber : Data primer yang diolah tahun 2019

Dari table terlihat bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) adalah sebesar $0,200 > 0,05$. Dengan demikian berdasarkan

kriteria pengujian maka dapat disimpulkan bahwa penyebaran data telah terdistribusi dengan normal.

4.4.2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independent). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independen. Hasil uji multikolinieritas dapat dilihat dari table dibawah ini :

Tabel 4.14
Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients	T	Sig.	Tolerance	VIF
(Constant)	9.387	2.892		3.246	.002		
SIKAP	.059	.120	.049	.494	.623	.700	1.429
NORMA SUBJEKTIF	.121	.084	.144	1.437	.154	.697	1.435
KONTROL PERILAKU	.362	.094	.415	3.841	.000	.595	1.681
SHARIAH COMPLIANT E-COMMERCE	.129	.075	.159	1.726	.088	.816	1.225

a. Dependent Variable: MINAT BERWIRAUSAHA

Sumber : Data primer yang diolah tahun 2019

Berdasarkan table diatas terlihat hasil perhitungan nilai *tolerance* variabel sikap 0,700 dengan nilai VIF 1,429, nilai *tolerance* variabel norma subjektif 0.697 dengan nilai VIF 1,435, nilai *tolerance* variabel kontrol perilaku 0.595 dengan

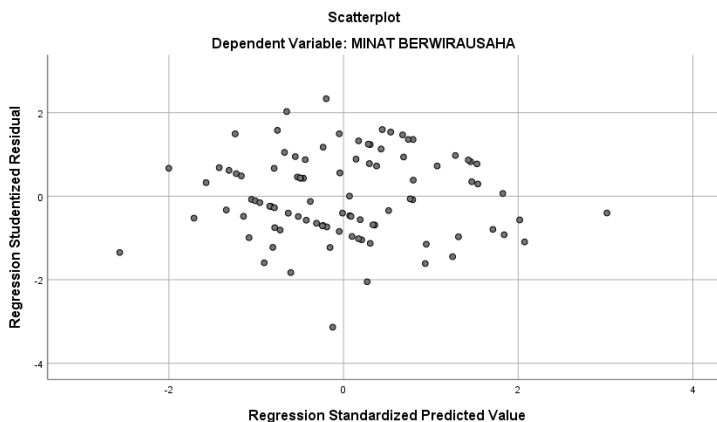
nilai VIF 1,681 dan nilai *tolerance* variabel *shariah compliant e-commerce* 0.816 dengan nilai VIF 1,225. Dengan demikian berdasarkan kriteria pengujian, jika nilai *tolerance* lebih dari 0,1 ($>0,1$) dengan nilai VIF kurang dari 10 (<10) maka dapat disimpulkan bahwa nilai model regresi yang digunakan tidak terlihat adanya gejala multikolinieritas antar variabel independen.

4.4.3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi telah terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat pada gambar berikut :

Gambar 4.2

Heteroskedastisitas Scatter Plot

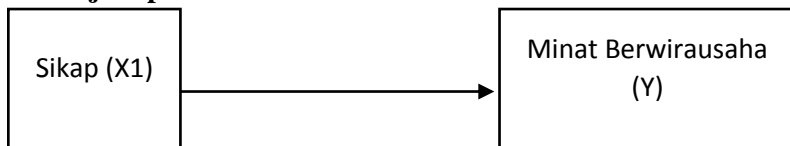


Sumber : Data primer yang diolah tahun 2019

Gambar scatterplot diatas menunjukkan bahwa titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 (nol) pada sumbu X (vertical) dan sumbu Y (horizontal). Hal ini berarti tidak terjadi adanya heteroskedastisitas pada model regresi.

4.5. Pengujian Hipotesis

4.5.1. Uji Hipotesis 1



Hasil pengujian regresi I dengan Minat Berwirausaha (Y) sebagai variabel dependent dan sikap (X1) sebagai variabel independent disajikan pada Tabel berikut :

Tabel 4.15
Model Regresi I (Model Summary)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.367 ^a	.135	.126	2.49584

a. Predictors: (Constant), X1

Sumber : Data primer yang diolah pada tahun 2019

Angka adjusted R square menunjukkan koefisien determinasi atau peranan variance (variabel independent) dalam

hubungan dengan variabel dependen). Angka adjusted R square sebesar 0,126 menunjukkan bahwa hanya 12,6 % variabel Y dipengaruhi oleh variabel X1, sisanya 84,7 % dipengaruhi oleh faktor lain.

Tabel 4.16
Signifikansi Nilai F Model Regresi 1

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	90.408	1	90.408	14.514	.000 ^b
	Residual	579.318	93	6.229		
	Total	669.726	94			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X1

Sumber : Data primer yang diolah pada tahun 2019

Tabel 4.17
Signifikansi Nilai T Model Regresi 1

Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	15.180	2.821		5.380	.000
	X1	.441	.116	.367	3.810	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data primer yang diolah pada tahun 2019

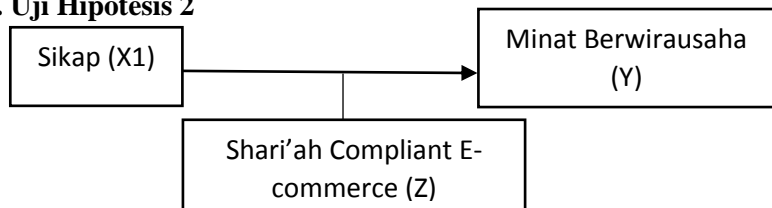
Persamaan regresi yang diperoleh :

$$Y = 15,180 + 0,441X1 + e$$

Seperti terlihat dari Tabel diatas, nilai F hitung adalah sebesar 14,514 dengan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil daripada 0,05. Hal ini menunjukkan Sikap (X1) berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha (Y).

Hasil analisis regresi I (Tabel 4.17) menunjukkan t hitung Sikap (X1) adalah sebesar 3,810 lebih besar dari t table = $t(\alpha/2; n-k-1 = (0,05;93) = 1,98580$ dengan tingkat signifikansi bernilai 0,000 lebih kecil dari 0,05(berpengaruh) dan koefisien regresi sebesar 0,441. Hal ini berarti bahwa Sikap (X1) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha (Y).

4.5.2. Uji Hipotesis 2



Hasil pengujian regresi II dengan Sikap (X1) sebagai variabel dependen dan Minat berwirausaha (Y) sebagai variabel independent, serta Shari'ah Compliant E-commerce (Z) sebagai pemoderasi disajikan pada table berikut :

Tabel 14.18
Moderasi Regresi II
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.446 ^a	.199	.181	2.41547

a. Predictors: (Constant), X1Z, X1

Sumber : Data primer yang diolah pada tahun 2019

Angka adjusted R square menunjukkan koefisien determinasi atau peranan variene (variabel independent dalam hubungan dengan variabel dependen). Dari Tabel 4.18 dapat dilihat ada kenaikan nilai adjusted R square dari model regresi I ke model regresi II sebesar 5,5 % (adjusted R square pada model regresi I sebesar 12,6%). Angka adjusted R square sebesar 0,181 menunjukkan bahwa 18,1 % variabel Minat berwirausaha (Y) bisa dipengaruhi oleh variabel sikap (X1) yang dimoderasi oleh Shariah Compliant E-commerce, sisanya 81,9 % dipengaruhi oleh faktor lain.

Tabel 4.19
Signifikansi Nilai F Model Regresi II

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	132.954	2	66.477	11.394	.000 ^b
	Residual	536.772	92	5.834		
	Total	669.726	94			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X1Z, X1

Sumber : Data primer yang diolah pada tahun 2019

Tabel 4.20
Signifikansi Nilai T Model Regresi II

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	18.182	2.948		6.167	.000
	X1	.020	.192	.017	.104	.918
	X1Z	.009	.003	.432	2.700	.008

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data primer yang diolah pada tahun 2019

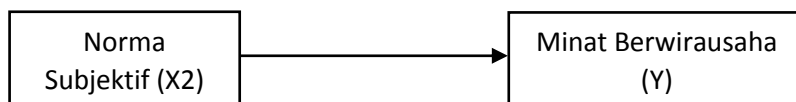
Persamaan Regresi yang diperoleh :

$$Y = 18,182 - 0,020(X1) + 0,009(X1*Z) + e$$

Hasil analisis regresi II (Tabel 4.20) menunjukkan variabel X1*Z (interaksi antara variabel Sikap (X1) dan Shariah Compliant E-commerce (Z) mempunyai t hitung sebesar 2,700

lebih besar dari $t \text{ table} = t (\alpha/2; n-k-1 = (0,05;93) = 1,98580$ dengan signifikansi 0,008 (bemoderasi). Hal ini berarti bahwa variabel Sikap (X1) merupakan pemoderasi dalam hubungan antara Sikap (X1) dengan Minat berwirausaha (Y).

4.5.3. Uji Hipotesis 3



Hasil pengujian regresi III dengan Minat Berwirausaha (Y) sebagai variabel dependen dan Norma Subjektif (X2) sebagai variabel independen disajikan pada Tabel berikut :

Tabel 4.21

Model Regresi III

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.430 ^a	.185	.176	2.42253

a. Predictors: (Constant), X2

Sumber : Data primer yang diolah pada tahun 2019

Angka adjusted Rsquare menunjukkan koefisien determinasi atau peranan variance (variabel independent) dalam hubungan dengan variabel dependen). Angka adjusted R square sebesar 0,185 menunjukkan bahwa hanya 18,5 % variabel Y dipengaruhi oleh variabel X1, sisanya 81,5 % dipengaruhi oleh faktor lain.

Tabel 4.22
Signifikansi Nilai F Model Regresi III

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	123.943	1	123.943	21.119	.000 ^b
	Residual	545.784	93	5.869		
	Total	669.726	94			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2

Sumber : Data primer yang diolah pada tahun 2019

Tabel 4.23
Signifikansi Nilai T Model Regresi III

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17.724	1.793		9.885	.000
	X2	.364	.079	.430	4.596	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data primer yang diolah pada tahun 2019

Persamaan regresi yang diperoleh :

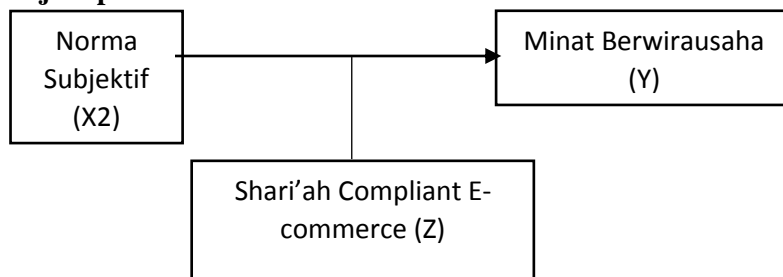
$$Y = 17,727 + 0,364X_2 + e$$

Seperti terlihat dari Tabel diatas, nilai F hitung adalah sebesar 21,119 dengan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil daripada 0,05. Hal ini menunjukkan Norma Subjektif (X₂) berpengaruh terhadap minat berwirausaha (Y).

Hasil analisis regresi III (Tabel 4.17) menunjukkan t hitung Norma Subjektif (X₂) adalah sebesar 4,596 lebih besar

dari t table = $t (\alpha/2; n-k-1 = (0,05;93) = 1,98580$ dengan tingkat signifikansi bernilai 0,000 lebih kecil dari 0,05 (berpengaruh) dan koefisien regresi sebesar 0,364. Hal ini berarti bahwa Norma Subjektif (X2) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha (Y).

4.5.4. Uji Hipotesis 4



Hasil pengujian regresi IV dengan Norma Subjektif (X2) sebagai variabel dependen dan Minat berwirausaha (Y) sebagai variabel independent, serta Shari'ah Compliant E-commerce (Z) sebagai pemoderasi disajikan pada table berikut :

Tabel 4.24

Hasil Moderasi Regresi IV

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.471 ^a	.222	.205	2.37958

a. Predictors: (Constant), X2Z, X2

Sumber : Data primer yang diolah pada tahun 2019

Angka adjusted R square menunjukkan koefisien determinasi atau peranan variene (variabel independen dalam hubungan dengan variabel dependen). Dari Tabel 4.24 dapat dilihat ada kenaikan nilai adjusted R square dari model regresi III ke model regresi IV sebesar 2 % (adjusted R square pada model regresi III sebesar 18,5 %). Angka adjusted R square sebesar 0,205 menunjukkan bahwa 20,5 % variabel Minat berwirausaha (Y) bisa dipengaruhi oleh variabel Norma Subjektif (X2) yang dimoderasi oleh Shariah Compliant E-commerce, sisanya 79,5 % dipengaruhi oleh faktor lain.

Tabel 4.25

Signifikansi Nilai F Model Regresi IV

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	148.784	2	74.392	13.138	.000 ^b
	Residual	520.942	92	5.662		
	Total	669.726	94			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2Z, X2

Sumber : Data primer yang diolah pada tahun 2019

Tabel 4.26
Signifikansi Nilai T Model Regresi IV

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	19.282	1.912		10.086	.000
	X2	.055	.167	.065	.328	.744
	X2Z	.007	.003	.413	2.095	.039

a. Dependent Variable: Y

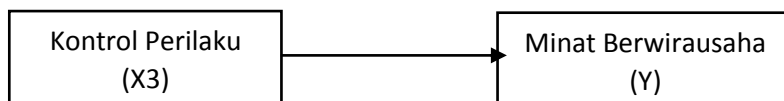
Sumber : Data primer yang diolah pada tahun 2019

Persamaan Regresi yang diperoleh :

$$Y = 19,282 + 0,055(X2) + 0,007(X2*Z) + e$$

Hasil analisis regresi IV (Tabel 4.26) menunjukkan variabel X2*Z (interaksi antara variabel Norma Subjektif (X2) dan Syariah Compliant E-commerce (Z) mempunyai t hitung sebesar 2,095 lebih besar dari t table = t ($\alpha/2$; n-k-1 = (0,05;93) = 1,98580 dengan signifikansi 0,039 (bemoderasi). Hal ini berarti bahwa variabel Syariah Compliant E-commerce (Z) merupakan pemoderasi dalam hubungan antara Norma Subjektif (X2) dengan Minat berwirausaha (Y).

4.5.5. Uji Hipotesis 5



Hasil pengujian regresi V dengan Minat Berwirausaha (Y) sebagai variabel dependen dan Kontrol Perilaku (X3) sebagai variabel independen disajikan pada Tabel berikut :

Tabel 4.27

Model Regresi V

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.570 ^a	.325	.318	2.20406

a. Predictors: (Constant), X3

Sumber : Data primer yang diolah pada tahun 2019

Angka adjusted R square menunjukkan koefisien determinasi atau peranan variance (variabel independen) dalam hubungan dengan variabel dependen). Angka adjusted R square sebesar 0,318 menunjukkan bahwa hanya 32,5 % variabel Y dipengaruhi oleh variabel X3, sisanya 67,5 % dipengaruhi oleh faktor lain.

Tabel 4.28

Signifikansi Nilai F Model Regresi V

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	217.942	1	217.942	44.864	.000 ^b
Residual	451.784	93	4.858		
Total	669.726	94			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3

Sumber : Data primer yang diolah pada tahun 2019

Tabel 4.29
Signifikansi Nilai T Model Regresi V

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	14.845	1.664		8.924	.000
X3	.497	.074	.570	6.698	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data primer yang diolah pada tahun 2019

Persamaan regresi yang diperoleh :

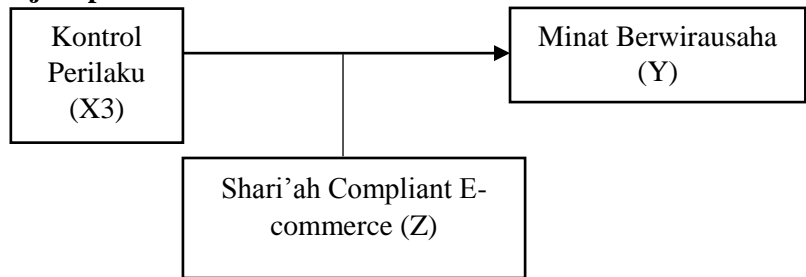
$$Y = 14,845 + 0,497X_3 + e$$

Seperti terlihat dari Tabel diatas, nilai F hitung adalah sebesar 44,864 dengan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil daripada 0,05. Hal ini menunjukkan Kontrol Perilaku (X3) berpengaruh terhadap minat berwirausaha (Y).

Hasil analisis regresi V (Tabel 4.29) menunjukkan t hitung Kontrol Perilaku (X3) adalah sebesar 6,698 lebih besar dari t table = t ($\alpha/2$; n-k-1 = (0,05;93) = 1,98580 dengan tingkat signifikansi bernilai 0,000 lebih kecil dari 0,05 (berpengaruh) dan koefisien regresi sebesar 0,497. Hal ini berarti bahwa

Kontrol Perilaku (X3) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha (Y).

4.5.6. Uji Hipotesis 6



Hasil pengujian regresi VI dengan Kontrol Perilaku (X3) sebagai variabel dependen dan Minat berwirausaha (Y) sebagai variabel independent, serta Shari'ah Compliant E-commerce (Z) sebagai pemoderasi disajikan pada table berikut :

Tabel 4.30

Hasil Moderasi Regresi VI

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.594 ^a	.353	.339	2.16958

a. Predictors: (Constant), X3Z, X3

Sumber : Data primer yang diolah pada tahun 2019

Angka adjusted R square menunjukkan koefisien determinasi atau peranan variene (variabel independent dalam hubungan dengan variabel dependen). Dari Tabel 4.30 dapat dilihat ada kenaikan nilai adjusted R square dari model regresi

V ke model regresi VI sebesar 1,4 % (adjusted R square pada model regresi V sebesar 32,5 %). Angka adjusted R square sebesar 0,339 menunjukkan bahwa 33,9 % variabel Minat berwirausaha (Y) bisa dipengaruhi oleh variabel Kontrol Perilaku (X3) yang dimoderasi oleh Syariah Compliant E-commerce, sisanya 66,1 % dipengaruhi oleh faktor lain.

Tabel 4.31
Signifikansi Nilai F Model Regresi VI

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	236.675	2	118.337	25.140	.000 ^b
	Residual	433.052	92	4.707		
	Total	669.726	94			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3Z, X3

Sumber : Data primer yang diolah pada tahun 2019

Tabel 4.32

Coefficients^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	16.057	1.747		9.193	.000
X3	.233	.152	.267	1.535	.128
X3Z	.006	.003	.347	1.995	.049

a. Dependent Variable: Y

Signifikansi Nilai T Model Regresi VI

Sumber : Data primer yang diolah pada tahun 2019

Persamaan Regresi yang diperoleh :

$$Y = 16,067 + 0,233(X3) + 0,006(X3*Z) + e$$

Hasil analisis regresi VI (Tabel 4.32) menunjukkan variabel X3*Z (interaksi antara variabel Kontrol Perilaku (X3) dan Syariah Compliant E-commerce (Z) mempunyai t hitung sebesar 1,995 lebih besar dari t table = t ($\alpha/2$; n-k-1 = (0,05;93) = 1,98580 dengan signifikansi 0,049 (bemoderasi). Hal ini berarti bahwa variabel Syariah Compliant E-commerce (Z) merupakan pemoderasi dalam hubungan antara Kontrol Perilaku (X3) dengan Minat berwirausaha (Y).

4.6. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh Sikap terhadap Minat Berwirausaha

Hasil uji hipotesis sesuai dengan nilai t hitung dan t tabel yaitu t hitung sebesar 3,810 sedangkan t tabel sebesar 1,985. Dengan demikian nilai t hitung $3,810 > t$ tabel 1,985 dan tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.

Hasil Penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ni Made Mirawati dkk (2010) bahwa variabel Sikap memiliki pengaruh terhadap niat SMK di Kota Denpasar untuk menjadi wirausaha. Penelitian ini menjelaskan bahwa semakin baik dan positif sikap siswa terhadap profesi wirausaha, maka akan mendorong semakin tinggi niat siswa untuk menjadi wirausaha.

Pada indikator yang terdapat dalam variabel Sikap yaitu disiplin, percaya diri, dan menyukai tantangan mengatakan bahwa responden yang menjawab pertanyaan dengan kategori sangat setuju dan setuju yaitu berjumlah 479 sedangkan untuk kategori ragu-ragu, tidak setuju dan sangat tidak setuju berjumlah 91 jawaban.

Sedangkan nilai tertinggi pada variabel Sikap adalah indikator disiplin. Hal ini berarti bahwa seseorang yang mempunyai rasa tanggungjawab yang tinggi dan sudah bisa menjadi pemimpin bagi dirinya maupun orang lain akan lebih siap untuk memulai wirausaha.

2. Shariah Compliant E-commerce Memoderasi atau Memperkuat Variabel Sikap terhadap Minat Berwirausaha

Berdasarkan hasil penelitian, variabel Shariah Compliant E-commerce meoderasi variabel sikap yaitu memiliki nilai signifikansi masing-masing sebesar 0,08. Artinya jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka terjadi adanya hubungan dalam penelitian. Ada kenaikan nilai adjusted R square dari model regresi I ke model regresi II sebesar 5,5 %

Karena Shariah Compliant E-commerce mampu memperkuat sikap terhadap minat berwirausaha., semakin seseorang taat terhadap syariat Islam atau paham terhadap transaksi e-commerce yang baik dan benar maka sikap yang ditimbulkan untuk memulai berwirausaha juga akan meningkat.

3. Pengaruh Norma Subjektif terhadap Minat Berwirausaha

Hasil uji hipotesis sesuai dengan nilai t hitung dan t tabel yaitu t hitung sebesar 4,596 sedangkan t tabel sebesar 1,985. Dengan demikian nilai t hitung $4,596 > t$ tabel 1,985 dan tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Norma Subjektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.

Hasil Penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Yustina Chrismardani (2010) bahwa variabel Norma Subjektif berpengaruh positif terhadap intensi berwirausaha. Dukungan keluarga dan kerabat akan meningkat dengan adanya arah perubahan pemikiran bahwa berwirausaha dapat membuat orang sukses secara keuangan.

Pada indikator yang terdapat dalam variabel Norma Subjektif yaitu keluarga, kerabat dekat, dan teman mengatakan bahwa responden yang menjawab pertanyaan dengan kategori sangat setuju dan setuju yaitu berjumlah 373 sedangkan untuk kategori ragu-ragu, tidak setuju dan sangat tidak setuju berjumlah 197 jawaban.

Sedangkan nilai tertinggi pada variabel Norma Subjektif adalah indikator keluarga. Hal ini berarti bahwa

dukungan keluarga akan menumbuhkan semangat yang lebih besar saat seseorang akan memulai sebuah usahanya.

4. Shariah Compliant E-commerce Memoderasi atau Memperkuat Variabel Norma Subjektif terhadap Minat Berwirausaha

Berdasarkan hasil penelitian, variabel Shariah Compliant E-commerce meoderasi variabel Norma Subjektif yaitu memiliki nilai signifikansi masing-masing sebesar 0,39. Artinya jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka terjadi adanya hubungan dalam penelitian. Dapat dilihat ada kenaikan nilai adjusted R square dari model regresi III ke model regresi IV sebesar 2 %

Meskipun sedikit persentasenya, namun Shariah Compliant E-commerce masih bisa dikatakan mampu memperkuat Norma Subjektif terhadap minat berwirausaha. semakin seseorang taat terhadap syariat Islam atau paham terhadap transaksi e-commerce yang baik dan benar maka Norma Subjektif yang ditimbulkan untuk memulai berwirausaha juga akan meningkat.

5. Pengaruh Kontrol Perilaku terhadap Minat Berwirausaha

Hasil uji hipotesis sesuai dengan nilai t hitung dan t tabel yaitu t hitung sebesar 6,698 sedangkan t tabel

sebesar 1,985. Dengan demikian nilai t hitung $6,698 > t$ tabel 1,985 dan tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Kontrol Perilaku berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.

Hasil Penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ida Farida dan Mahmud bahwa variabel Kontrol Perilaku berpengaruh positif terhadap intensi berwirausaha. Menurutnya, kepercayaan diri mampu mengelola usaha, memiliki keyakinan yang teguh dan kemampuan memulai usaha. Karena untuk memulai usaha harus berani mencoba sehingga kepercayaan diri sangat penting.

Pada indikator yang terdapat dalam variabel Norma Subjektif yaitu kemampuan, pengalaman, dan keberanian, mengatakan bahwa responden yang menjawab pertanyaan dengan kategori sangat setuju dan setuju yaitu berjumlah 373 sedangkan untuk kategori ragu-ragu, tidak setuju dan sangat tidak setuju berjumlah 195 jawaban.

Sedangkan nilai tertinggi pada variabel Norma Subjektif adalah indikator pengalaman. Hal ini berarti bahwa pengalaman diri sendiri dan orang lain menambah kepercayaan dan keyakinan untuk memulai wirausaha.

6. Shariah Compliant E-commerce Memoderasi atau Memperkuat Variabel Kontrol Perilaku terhadap Minat Berwirausaha

Berdasarkan hasil penelitian, variabel Shariah Compliant E-commerce meoderasi variabel Kontrol Perilaku yaitu memiliki nilai signifikansi masing-masing sebesar 0,49. Artinya jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka terjadi adanya hubungan dalam penelitian. Dapat dilihat ada kenaikan nilai adjusted R square dari model regresi V ke model regresi VI sebesar 1,4 %.

Meskipun sedikit persentasenya, Shariah Compliant E-commerce masih bisa dikatakan mampu memperkuat Kontrol Perilaku terhadap minat berwirausaha. Bentuk ini tidak diharuskan untuk menjadi acuan dalam pengambilan keputusan untuk memulai usaha, mungkin seseorang bisa mengambil variabel lain yang lebih bagus untuk memperkuat seseorang untuk memulai usaha.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil kajian teoritis dan penelitian yang telah dilakukan dalam penulisan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Theory of Planned Behavior Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa dengan Shariah Compliant E-commerce sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam)”** maka secara garis besar dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Dalam theory of planned behaviour yaitu perilaku terencana, yaitu sikap memberikan hasil bahwa sikap memiliki hubungan yang signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Hal ini bisa diartikan bahwa sikap yang dimiliki seseorang semakin baik maka hal tersebut akan menumbuhkan minat berwirausaha yang lebih pula.
2. Shariah Compliant E-commerce memoderasi positif interaksi sikap, terhadap minat berwirausaha mahasiswa fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo. Meskipun memiliki interaksi yang tidak kuat akan tetapi Shariah Compliant E-commerce mampu menjadi variabel moderasi. Jadi Shariah Compliant E-commerce bisa

memperkuat positif variabel sikap terhadap minat berwirausaha mahasiswa fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang. Meskipun sedikit pengaruh untuk memperkuat variabel bebasnya, namun Shariah Compliant E-commerce masih bisa dipertimbangkan.

3. Variabel norma subjektif memberikan hasil bahwa variabel tersebut memiliki hubungan yang signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Hal ini bisa diartikan bahwa norma subjektif yang dimiliki seseorang semakin baik maka hal tersebut akan menumbuhkan minat berwirausaha yang lebih pula.
4. Shariah Compliant E-commerce memoderasi positif interaksi norma subjektif terhadap minat berwirausaha mahasiswa fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo. Meskipun memiliki interaksi yang tidak kuat akan tetapi Shariah Compliant E-commerce mampu menjadi variabel moderasi. Jadi Shariah Compliant E-commerce bisa memperkuat positif variabel norma subjektif terhadap minat berwirausaha mahasiswa fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
5. Variabel Kontrol Perilaku memberikan hasil bahwa variabel tersebut memiliki hubungan yang signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Hal ini bisa diartikan bahwa kontrol

perilaku yang dimiliki seseorang semakin baik maka hal tersebut akan menumbuhkan minat berwirausaha yang lebih pula.

6. Shariah Compliant E-commerce memoderasi positif interaksi kontrol perilaku terhadap minat berwirausaha mahasiswa fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo. Meskipun memiliki interaksi yang tidak kuat akan tetapi Shariah Compliant E-commerce mampu menjadi variabel moderasi. Jadi Shariah Compliant E-commerce bisa memperkuat positif variabel kontrol perilaku terhadap minat berwirausaha mahasiswa fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.

Pernyataan-pernyataan di atas memberi kesimpulan bahwa jika pengaruh theory of planned behaviour berpengaruh positif signifikan terhadap minat berwirausaha, maka hal tersebut harus di praktekkan kepada pembentukan karakter mahasiswa fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam terutama pembentukan sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang lebih baik lagi.

Selanjutnya pada penelitian Shariah Compliant E-commerce menunjukkan pemoderasi atau memperkuat variabel bebas meskipun nilainya sangat sedikit. Hal tersebut harusnya dapat dijadikan peluang untuk meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa yaitu dengan menambah wawasan mengenai e-commerce dan bagaimana praktik penggunaan e-

commerce yang baik kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.

5.2. Keterbatasan Penelitian

1. Masih kecilnya nilai Adjusted R square sehingga masih terdapat faktor yang menjelaskan sebab-sebab seseorang untuk berwirausaha.
2. Sedikitnya nilai penguatan pemoderasi terhadap variabel-variabel bebas.
3. Kurang khusus atau kurang spesifik dalam penentuan sampel yang dilakukan dalam penelitian.

5.3. Saran

1. Peneliti selanjutnya disarankan untuk menambah beberapa faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha misalnya inovasi dan kreativitas, lingkungan teknologi dan lain-lain.
2. Saran kepada peneliti selanjutnya untuk lebih spesifik dalam menentukan sampel (memilih responden) dengan karakteristik tertentu salah satunya adalah dengan memilih responden yang memang sudah berkecimpung di dunia wirausaha, ekonomi digital, dan e-commerce.
3. Kepada fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam mungkin bisa menambahkan mata kuliah Ekonomi Digital atau E-commerce, mengingat sekarang zaman sudah mulai maju dengan persaingan yang sangat ketat. Hal ini juga sesuai

dengan tujuan fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam harus bisa bersaing di dunia internasional.

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal

- Agus Tri Basuki, Agus., dan Nano Prawoto, 2016, *Analisis Regresi dalam penelitian Ekonomi & Bisnis*, Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada, hlm. 117
- Ahmad Andrianto dan Dany Nugroho, *Pengaruh Layanan E-commerce Terhadap Kepuasan Pelanggan*, Jurnal Logistik Bisnis, Vol 6 No 2, 2016
- Ajzen, Icek., 1991, *The Theory of Planned Behavior*, Jurnal University of Massachusetts at Amherst, hlm 179-211
- Anjani, Margaretha Rosa dan Budi Santoso, 2018, *Urgensi Rekonstruksi Hukum E-commerce di Indonesia*, Jurnal Law Reform, Volume 14 No 1
- Candra Herawan, Muhammad Ilyas., 2019, *Sharia Compliance : Perspektif Konsumen dalam Praktik E-commerce*, Repository Upi
- Da Cruz, Leonel et al., 2015, *Aplikasi Theory of Planned Behavior dalam Membangkitkan Niat Berwirausaha Bagi Mahasiswa Fakultas UNPAZ, Dili Timor Leste*, E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana 4.12
- Dorris Yadewani, Dorris dan Reni Wijaya, 2017, *Pengaruh E-Commerce terhadap Minat Berwirausaha*, Jurnal Resti, Vol 1 No 1
- Fathoni, Fatoni., 2013, *Konsep Jual Beli dalam Fatwa DSN MUI*, Jurnal Economica, Vol. IV, IAIN Walisongo, Semarang

- Febriantoro, Wicaksono., 2018, *Kajian dan Strategi Pendukung Perkembangan E-commerce bagi UMKM di Indonesia*, Jurnal Manajerial, Vol 3 No 5
- Iin Seprina et al., 2017, *Motivasi Penggunaan E-Commerce dalam Berwirausaha pada Siswa SMK Bina Jaya*, Ikatan Ahli Informatika Indonesia (IAII) Prosiding SISFOTEK
- Pramiswari, Dewa Ayu A dan Ida Bagus Dharmadiaksa, 2017, *Pengaruh E-commerce dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi dalam Pengambilan Keputusan untuk Berwirausaha*, Jurnal Akuntansi Universitas Udayana, Vol.20.1
- Pratiwi, Noor Komari., 2015, *PengaruhTingkat Pendidikan, Perhatian orang tua, dan Minat belajar siswa terhadap, Prestasi Belajar Bahasa Indonesia Siswa SMK Kesehatan di Kota Tangerang*, Jurnal Pujangga Volume 1 Nomor 2
- Rahmidani, Rose., 2015, *Penggunaan E-commerce Dalam Bisnis Sebagai Keunggulan Bersaing Perusahaan*, SNEMA
- Ramadhani, Nova Tiara dan Ida Nurnida, 2017, *Pengaruh Mata Kuliah Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa*, Jurnal Ecodemica Vol 1 No 1
- Rambat Lupiyoadi Rambat., dan Ridho Bramulya Ikhsan, Praktikum..., hlm 157
- Rosmiati, et al., 2015, *Sikap Motivasi dan Minat Berwirausaha Mahasiswa*, Jurnal JMK, Volume 17 No 1
- Wikamorys, Dian Anggraini., dan Nurul Rochmah, Thinni., 2017, *Aplikasi Theory of Planned Behavior dalam Membangkitkan Niat Pasien untuk Melakukan Operasi Katarak*, Jurnal Administrasi Kesehatan Indonesia, Volume 5 No 1

Buku

- Durianto, Darmandi dkk, 2004, *Strategi Menaklukkan Pasar melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Fahmi, Irham., 2014, *Kewirausahaan teori kasus dan solusi*, Bandung : Alfabeta,
- Farid, 2017, *Kewirausahaan Syariah*, Depok: Kencana
- Ghozali, 2005, *Aplikasi analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, cet III
- Ghozali, Imam, 2011, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro, cet V
- Ghozali, Imam., 2016, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro, cet VIII
- Irmawati, Dewi., 2011, *Pemanfaatan E-commerce dalam Dunia Bisnis*, Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis
- Kesumawati, Nila., et al., 2017, *Pengantar Statistika Penelitian*, Depok: Raja Grafindo Persada
- Lupiyoadi, Rambat dan Ridho Bramulya Ikhsan, 2015, *Praktikum Metode Riset Bisnis*, Jakarta: Salemba Empat
- Muhamad, 2012, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, Jakarta: Rajawali Pers
- Muhammad, 2008, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada

- Semil, Nurmah, 2018, *Pelayanan Prima Instansi Pemerintah*, Depok: Prenadamedia Group, cet 1
- Siregar, Syofian, 2013, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta : Kencana,
- Sugiyono, 2016, *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta,,
- Suliyanto, 2009, *Metodologi Riset Bisnis*, Yogyakarta: Andi
- Supriyadi,Edy, 2014, *SPSS+Amos*, Jakarta : In Media
- Yusuf, Muri., 2014, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*, Prenadamedia

Internet

- Aseanup.com, diakses pada 30 Agustus 2019
- BPS, 2018, *Tingkat Pengangguran Berdasarkan Tingkat Pendidikan 2015-2018*, <http://www.bps.go.id>, Diakses pada 9 juli 2019 pukul 17.34
- Desra, <http://www.jurnal.id>, diakses pada 15 Agustus 2019
- Febiwalisongo.ac.id, diakses pada 26 September 2019
- <https://www.wartaekonomi.co.id/read204928/jumlah-pengusaha-indonesia-masih-tertinggal-dari-singapura.html>, diakses pada 6 Agustus 2019
- Pratama,Yudha., 2019, *APJII: Jumlah Pengguna Internet di Indonesia tembus 171 Juta Jiwa*, <http://tekno.kompas.com>, diakses pada 13 Agustus

Sumber Lain

Al-Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 282

Peraturan Pemerintah No 82 Tahun 2012

Undang-Undang No 16 Tahun 2016

Undang-Undang No 7 Tahun 2014

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

PENGARUH THEORY OF PLANNED BEHAVIOR TERHADAP MINAT BERWIRSAUSAHA DENGAN SHARI'AH COMPLIANT E-COMMERCE SEBAGAI VARIABEL MODERATING

**(Studi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN
Walisongo Semarang)**

I. Petunjuk Pengisian

1. Tulislah Identitas Anda dengan memberikan tanda centang (✓) pada kolom yang telah disediakan dibawah ini.
2. Bacalah terlebih dahulu setiap butir pertanyaan atau pernyataan di dalam angket dengan cermat.
3. Berikan tanda centang (✓) pada kolom jawaban yang benar-benar sesuai dengan kondisi anda.
4. Satu pertanyaan atau pernyataan hanya boleh di jawab dengan satu pilihan jawaban.
5. Pilihan yang tersedia:
SS : Sangat Setuju (5)
S : Setuju (4)
RR: Ragu-ragu (3)
TS : Tidak Setuju (2)
STS : Sangat Tidak Setuju (1)

II. Identitas Responden:

Nama :

Jenis Kelamin : Laki-Laki/Perempuan (Coret yang tidak diperlukan)

Program Studi :

Angkatan:

Umur :

1. Sikap

No.	Pertanyaan	SS	S	RR	TS	STS
1.	Saya merasa memiliki rasa tanggungjawab					
2.	Saya merasa memiliki jiwa kepemimpinan					
3.	Saya mempunyai pandangan yang positif terhadap suatu kegagalan yang saya alami					
4.	Saya mempunyai pemikiran yang kreatif dan inovatif					
5.	Saya suka menghadapi resiko dan tantangan					
6.	Saya suka mengamati dan mencari peluang usaha					

2. Norma Subjektif

No.	Pertanyaan	SS	S	RR	TS	STS
1.	Saya percaya terhadap opini keluarga berkaitan dengan kebaikan saya dalam berkarir.					
2.	Keluarga saya menyarankan saya untuk mengejar karir sebagai wirausaha					
3.	kerabat dekat saya menyarankan saya untuk mengejar karir sebagai wirausahawan.					
4.	Saya percaya terhadap opini kerabat dekat berkaitan dengan kebaikan saya dalam berkarir.					
5.	Teman dekat menyarankan saya untuk mengejar karir sebagai wirausahawan.					
6.	Saya percaya terhadap opini teman berkaitan dengan kebaikan saya dalam berkarir.					

3. Kontrol Perilaku

No.	Pertanyaan	SS	S	RR	TS	STS
1.	Saya percaya bahwa mengejar karir sebagai wirausahawan adalah hal yang sangat mudah					
2.	Saya mempunyai kemampuan untuk memulai wirausaha					

3.	Saya percaya jika menjadi wirausahawan maka saya akan dapat mengendalikan hidup saya					
4.	Saya punya keyakinan dapat mengejar kesuksesan karir sebagai wirausahawan seperti kebanyakan orang.					
5.	Saya merasa mempunyai kematangan mental untuk mulai berwirausaha					
6.	Saya merasa bahwa saya bisa mengelola sumberdaya manusia					

4. Minat Berwirausaha

No.	Pertanyaan	SS	S	RR	TS	STS
1.	Saya sangat ingin mengejar karir sebagai wirausaha					
2.	Saya sangat ingin mendirikan bisnis sendiri atau menjadi pengusaha suatu hari nanti					
3.	Saya ingin meningkatkan status sosial atau harga diri sebagai wirausahawan					
4.	Saya ingin mendapatkan pendapatan yang lebih baik dengan berwirausaha					
5.	Saya mencari pengetahuan wirausaha melalui mata pelajaran di kampus dan pengalaman wirausaha orang lain					

6.	Saya melakukan perencanaan untuk memulai usaha saya sendiri					
----	---	--	--	--	--	--

5. Shari'ah Compliant E-commerce

No.	Pertanyaan	SS	S	RR	TS	STS
1.	E-commerce yang bebas dari larangan riba, gharar, dan maysir membuat para calon pembeli percaya pada penjual					
2.	E-commerce yang bebas dari larangan riba, gharar, dan maysir menjadikan pengusaha menjual produk yang berkualitas dan jelas					
3.	e-commerce memberikan penawaran seperti <i>provider</i> (perusahaan jasa internet) yang berkualitas dapat menumbuhkan minat berwirausaha					
4.	E-commerce selalu memberikan penawaran bervariasi yang sesuai zaman sehingga menumbuhkan minat berwirausaha					
5.	<i>Merchant</i> (penjual) yang mempunyai sertifikat digital pada e-commerce memberi kepercayaan kepada pembeli sehingga menumbuhkan minat untuk berwirausaha					
6.	<i>Consumer</i> (Pembeli) dan <i>merchant</i> (penjual) yang					

	mengerti pengoperasian cara bertransaksi di e-commerce akan meningkatkan transaksi jual beli sehingga menumbuhkan minat berwirausaha					
7.	Berbagai komoditi digital maupun non digital seperti <i>electronic newspaper</i> , <i>digital library</i> dan lain sebagainya sesuai syariah Islam dapat dijual melalui e-commerce sehingga menumbuhkan minat berwirausaha					
8.	Harga yang ditawarkan pada e-commerce seperti adanya diskon dan gratis ongkir menumbuhkan minat berwirausaha					

Lampiran 2 Daftar Identitas Responden Penelitian

No.	Nama Lengkap	Jenis Kelamin	Umur	Jurusan	Angkatan
1	Pipit Hariyanti	Perempuan	21	Ekonomi Islam	2015
2	Hibrah Raisah	Perempuan	21	Ekonomi Islam	2016
3	Deska setya nurromadhona	Perempuan	21	Ekonomi Islam	2016
4	Muhammad abdan hanifa	Laki-laki	21	Ekonomi Islam	2016
5	Shofia Khoirotun Ni'mah	Perempuan	21	Ekonomi Islam	2016
6	Fitrotul Muna	Perempuan	22	S1 Perbankan Syariah	2015
7	Ari Yuwono Saputro	Laki-laki	21	Akuntansi Syariah	2016
8	Ismi Nur Azizah	Perempuan	23	Ekonomi Islam	2016
9	Sukroni	Laki-laki	22	Ekonomi Islam	2016
10	Nandia	Perempuan	20	Ekonomi Islam	2016
11	Khoirotun Nor aida	Perempuan	22	Ekonomi Islam	2015
12	Nur Rosyid	Laki-laki	22	Ekonomi Islam	2015
13	Luthfi jauharotul husna	Perempuan	22	Akuntansi Syariah	2016
14	Jelia Cendrawasih	Perempuan	21	Akuntansi Syariah	2016
15	sunariyah	Perempuan	23	Akuntansi Syariah	2016
16	Ulul Fahmi	Perempuan	20	Akuntansi Syariah	2016
17	Dian Mayasari	Perempuan	22	Ekonomi Islam	2015
18	Desydia Mamba'ul Ulum	Perempuan	21	Akuntansi Syariah	2016
19	Idna Ma'rifatul Ulya	Perempuan	21	Akuntansi Syariah	2016
20	Sofani Azizi	Perempuan	22	Ekonomi Islam	2015
21	Baihaqi	Laki-laki	23	Ekonomi Islam	2015
22	Celvita Anggraini	Perempuan	21	Akuntansi Syariah	2016
23	Salma dps	Perempuan	17	Ekonomi Islam	2015

24	Dwi muryanti	Perempuan	22	Ekonomi Islam	2015
25	Indar Lestari	Perempuan	21	Ekonomi Islam	2015
26	Mustakfi Muhammad Fiqen	Laki-laki	22	Ekonomi Islam	2015
27	Ida Mukhoyyaroh	Perempuan	21	Ekonomi Islam	2016
28	Khalida Firdaus	Perempuan	21	Ekonomi Islam	2016
29	Elka Anggraini	Perempuan	21	Ekonomi Islam	2015
30	Uluwan	Laki-laki	24	Ekonomi Islam	2015
31	Titin Fatimah	Perempuan	22	Ekonomi Islam	2015
32	Novia Anggraeni	Perempuan	21	Ekonomi Islam	2015
33	Alfinatin Rizqi Mukaromah	Perempuan	22	Ekonomi Islam	2015
34	Saidatul Fahriyah	Perempuan	21	Akuntansi Syariah	2016
35	Hikmah Enjang Amalia	Perempuan	20	Ekonomi Islam	2016
36	Faisal Amarsah	Laki-laki	22	Ekonomi Islam	2015
37	Hanik Fitriati	Perempuan	23	Ekonomi Islam	2015
38	SIti Kaulifah A	Perempuan	20	Ekonomi Islam	2015
39	Ahmad Imam Mahfudz T	Laki-laki	23	Ekonomi Islam	2015
40	Muhamad iqbal haqiqi maramis	Laki-laki	22	S1 Perbankan Syariah	2015
41	annisa chusnul	Perempuan	22	Ekonomi Islam	2015
42	Ilma Mauidzotuzzulfa	Perempuan	22	Ekonomi Islam	2015
43	Indah Yuliaprawati	Perempuan	22	Ekonomi Islam	2015
44	Farhani	Perempuan	22	Ekonomi Islam	2015
45	Rafinda Adji Pratama	Laki-laki	22	S1 Perbankan Syariah	2015
46	Siti Nur Sa'adah	Perempuan	22	S1 Perbankan Syariah	2015
47	M. Sofyan Sauri	Laki-laki	22	Ekonomi Islam	2015
48	Eva Nurul Anisa	Perempuan	20	Ekonomi Islam	2016
49	Irafatul izza	Perempuan	22	Ekonomi Islam	2015
50	Ade Lia Inayatul Khusna	Perempuan	22	S1 Perbankan Syariah	2015

51	Muhammad Naufal	Laki-laki	22	S1 Perbankan Syariah	2015
52	Lailatus sholihah	Perempuan	22	S1 Perbankan Syariah	2015
53	Dewi Handayani	Perempuan	23	S1 Perbankan Syariah	2015
54	Nurita alfiani	Perempuan	22	Ekonomi Islam	2015
55	Hemi Nur Rohmah	Perempuan	22	Ekonomi Islam	2015
56	Muhamad Najib	Laki-laki	23	Ekonomi Islam	2015
57	Fifin Zuriatul Casvi	Perempuan	22	S1 Perbankan Syariah	2015
58	Pipit Candra	Perempuan	21	Ekonomi Islam	2015
59	Arini dwi nur cahyati	Perempuan	22	Ekonomi Islam	2015
60	Hasna Aulia	Perempuan	22	Ekonomi Islam	2015
61	Ahmad Arisqi	Laki-laki	22	Ekonomi Islam	2015
62	Rizqi maulidah	Perempuan	22	Ekonomi Islam	2015
63	Moh nur solikin	Laki-laki	23	Ekonomi Islam	2015
64	MUHAMAD ANNUR ROFIQ	Laki-laki	21	Ekonomi Islam	2015
65	Fibaroina Nida Fatkhiyah	Perempuan	21	Akuntansi Syariah	2016
66	Masruroh	Perempuan	22	S1 Perbankan Syariah	2015
67	Pandunata Rakasiwi	Laki-laki	20	Akuntansi Syariah	2016
68	Retno Ayu Diyah Sekartaji	Perempuan	22	Ekonomi Islam	2015
69	Anisatun Solikah	Perempuan	22	Ekonomi Islam	2015
70	miftahul ulum	Laki-laki	21	Akuntansi Syariah	2016
71	Lukmiani	Perempuan	22	Ekonomi Islam	2015
72	maftukh nur fahmi	Laki-laki	21	Ekonomi Islam	2015
73	Dea sofie andini	Perempuan	22	Ekonomi Islam	2015
74	Siti Ulfah	Perempuan	22	Ekonomi Islam	2015
75	Ida Safitri	Perempuan	22	Akuntansi Syariah	2016

76	Ayu fajar mulyati	Perempuan	21	Akuntansi Syariah	2016
77	Lukluatul Khasanah	Perempuan	22	Ekonomi Islam	2015
78	A SIDDIQ AL FAQIH	Laki-laki	21	S1 Perbankan Syariah	2016
79	Miladiya Nur	Perempuan	21	D3 Perbankan Syariah	2016
80	Eva Rahmawati Fabyani	Perempuan	19	Akuntansi Syariah	2015
81	Aminah	Perempuan	22	Ekonomi Islam	2015
82	Khoirul jihad	Laki-laki	23	Ekonomi Islam	2015
83	Nor Lailatul Yulia	Perempuan	22	Akuntansi Syariah	2016
84	Laili fauziah	Perempuan	23	Ekonomi Islam	2015
85	Reza adellya pratiwi	Perempuan	21	Akuntansi Syariah	2016
86	Siti Khoirunikmah	Perempuan	23	Ekonomi Islam	2015
87	Muhammad Faizul Mamduh	Laki-laki	21	Akuntansi Syariah	2016
88	Eko Nur Choliludin	Laki-laki	22	S1 Perbankan Syariah	2015
89	Rif'atul Ma'wa	Perempuan	22	Ekonomi Islam	2015
90	Fiki Fatimatul L	Perempuan	22	Ekonomi Islam	2015
91	Ismatun maulana ridwani	Perempuan	21	Ekonomi Islam	2015
92	Istimariatul ulfah	Perempuan	22	Ekonomi Islam	2015
93	Siti Fatimah	Perempuan	23	Ekonomi Islam	2015
94	Ari wahyu handayani	Perempuan	22	Ekonomi Islam	2015
95	Fifin savitri	Perempuan	22	S1 Perbankan Syariah	2016

Lampiran 3 Rekap Data

1. Variabel Sikap (X1)

No	Sikap (X1)						Total skor
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	
1	5	4	4	4	5	4	26
2	4	4	4	4	4	4	24
3	4	3	5	4	4	5	25
4	5	3	5	3	4	3	23
5	5	4	4	4	4	4	25
6	5	4	4	4	5	4	26
7	5	4	3	5	3	4	24
8	4	4	5	3	4	4	24
9	5	4	5	4	4	3	25
10	5	5	5	5	4	5	29
11	5	4	3	3	4	3	22
12	4	4	5	4	5	5	27
13	4	4	4	3	2	4	21
14	5	4	4	4	4	5	26
15	5	5	5	4	5	4	28
16	5	4	4	3	3	4	23
17	4	4	4	4	4	4	24
18	4	4	4	4	4	4	24
19	5	4	5	4	4	4	26
20	5	3	4	4	4	4	24
21	5	3	4	4	4	5	25
22	5	5	4	4	4	5	27
23	5	4	5	4	4	5	27
24	3	3	4	4	4	4	22
25	5	4	4	4	4	4	25

26	5	4	4	4	4	4	25
27	5	5	5	5	5	5	30
28	4	4	3	3	3	3	20
29	4	3	4	3	3	4	21
30	5	4	4	5	4	5	27
31	4	4	4	4	4	4	24
32	5	4	4	4	4	4	25
33	5	4	4	4	4	4	25
34	4	4	4	3	3	4	22
35	5	5	5	5	5	5	30
36	4	4	4	3	4	4	23
37	5	5	4	4	4	5	27
38	4	4	3	4	4	4	23
39	5	4	4	4	4	4	25
40	5	4	5	4	5	5	28
41	4	4	4	4	4	4	24
42	4	4	4	4	4	4	24
43	4	4	4	4	3	3	22
44	5	3	4	4	4	4	24
45	5	4	5	5	5	5	29
46	5	5	4	3	4	4	25
47	5	3	4	3	3	3	21
48	4	3	5	4	3	4	23
49	4	3	5	4	3	4	23
50	4	3	4	2	4	4	21
51	5	3	4	3	4	4	23
52	4	3	4	4	4	4	23
53	5	4	5	3	3	4	24
54	4	3	5	4	4	4	24
55	5	4	5	4	4	3	25

56	4	4	4	3	4	4	23
57	5	4	4	3	3	4	23
58	4	4	4	4	3	4	23
59	4	3	4	4	3	4	22
60	5	4	4	3	4	4	24
61	4	2	4	4	4	3	21
62	5	4	4	3	4	4	24
63	4	4	4	4	4	4	24
64	4	4	4	4	4	4	24
65	4	4	3	5	3	5	24
66	5	4	4	5	4	4	26
67	5	4	4	3	4	4	24
68	5	4	4	5	5	5	28
69	4	3	4	4	4	3	22
70	5	4	5	5	4	4	27
71	5	5	4	5	5	5	29
72	5	3	5	4	2	4	23
73	4	4	4	4	4	4	24
74	4	4	4	4	4	4	24
75	5	4	4	4	4	4	25
76	4	3	4	3	2	3	19
77	4	3	4	4	4	4	23
78	4	4	4	3	3	3	21
79	4	4	4	3	4	4	23
80	5	3	3	3	3	4	21
81	5	4	4	4	3	4	24
82	5	4	4	4	4	4	25
83	5	4	4	4	4	4	25
84	5	4	4	4	4	4	25
85	5	5	5	4	4	4	27

86	5	4	3	3	3	4	22
87	4	4	5	4	4	4	25
88	4	4	4	4	4	4	24
89	5	4	5	4	4	4	26
90	5	4	4	4	4	4	25
91	4	3	4	3	3	3	20
92	4	3	4	3	3	4	21
93	4	4	4	4	4	4	24
94	4	4	4	4	4	5	25
95	5	4	4	4	4	4	25

2. Variabel Norma Subjektif (X2)

No	Norma subjektif (X2)						Total skor
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	
1	3	2	3	4	4	4	20
2	4	4	4	4	4	4	24
3	4	5	5	4	3	3	24
4	5	4	3	3	3	3	21
5	5	3	4	3	3	3	21
6	5	5	5	5	5	4	29
7	4	2	2	4	4	4	20
8	5	3	3	4	3	5	23
9	5	2	3	4	3	5	22
10	4	3	3	4	5	5	24
11	4	4	4	3	4	5	24
12	3	4	4	2	4	4	21
13	4	3	4	4	4	4	23
14	5	5	4	5	5	5	29
15	5	4	3	4	4	4	24

16	5	3	4	4	4	4	24
17	4	3	3	3	3	4	20
18	4	4	4	4	4	4	24
19	5	4	4	4	4	4	25
20	4	5	4	4	3	4	24
21	5	4	4	3	2	3	21
22	5	5	4	4	4	4	26
23	4	4	4	3	4	3	22
24	4	3	4	4	4	3	22
25	4	3	4	4	4	4	23
26	4	4	4	4	5	5	26
27	5	3	5	5	5	5	28
28	4	3	3	3	4	3	20
29	4	2	2	3	2	3	16
30	4	4	4	4	4	3	23
31	3	3	3	3	4	4	20
32	4	4	4	4	4	4	24
33	3	2	2	2	2	2	13
34	4	5	3	3	4	4	23
35	5	5	5	5	5	5	30
36	4	4	3	3	3	3	20
37	5	3	3	4	4	4	23
38	4	4	4	4	4	4	24
39	4	3	3	4	3	4	21
40	4	4	3	4	4	4	23
41	4	4	4	4	4	4	24
42	4	3	3	4	3	3	20
43	4	4	4	4	4	4	24
44	4	4	3	3	3	3	20
45	5	4	4	5	4	5	27

46	5	3	4	3	3	3	21
47	4	4	4	4	2	3	21
48	3	3	3	3	3	3	18
49	4	2	2	4	4	3	19
50	4	4	4	4	4	5	25
51	4	4	4	4	3	3	22
52	5	4	4	4	4	4	25
53	4	4	4	4	4	4	24
54	4	4	4	3	5	5	25
55	5	3	4	4	4	3	23
56	4	4	3	4	4	4	23
57	4	3	3	4	4	4	22
58	4	4	4	3	3	3	21
59	4	3	3	4	3	4	21
60	5	5	5	4	3	4	26
61	4	3	3	4	3	4	21
62	4	4	3	4	4	4	23
63	5	5	5	5	5	5	30
64	3	3	3	4	4	4	21
65	5	4	3	2	5	3	22
66	4	3	4	4	3	4	22
67	4	2	2	4	2	4	18
68	5	2	2	2	2	2	15
69	4	3	3	4	4	4	22
70	4	4	4	4	4	5	25
71	5	4	5	5	4	5	28
72	5	5	4	4	4	3	25
73	4	4	4	4	4	4	24
74	5	4	5	5	5	5	29
75	4	5	3	4	5	4	25

76	4	3	3	4	3	4	21
77	4	3	3	3	3	3	19
78	4	3	3	3	3	4	20
79	4	3	3	3	5	4	22
80	4	2	2	4	2	4	18
81	4	3	2	3	3	3	18
82	4	4	4	4	4	4	24
83	4	3	3	4	3	4	21
84	4	4	3	4	4	4	23
85	4	4	4	3	3	3	21
86	4	3	3	4	3	3	20
87	4	2	2	4	3	4	19
88	4	2	2	2	2	2	14
89	4	3	3	5	4	5	24
90	4	4	3	3	3	3	20
91	4	4	3	3	3	3	20
92	4	3	4	3	4	3	21
93	4	5	3	3	4	4	23
94	4	4	4	4	4	4	24
95	5	5	4	4	4	3	25

3. Variabel Kontrol Perilaku (X3)

No	Kontrol perilaku (X3)						Total skor
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	
1	5	5	4	4	4	5	27
2	3	4	4	4	4	4	23
3	4	5	5	5	5	5	29
4	3	3	4	3	3	4	20
5	4	4	4	4	4	4	24

6	4	4	5	5	4	4	26
7	2	3	4	4	3	4	20
8	4	3	5	5	3	5	25
9	3	4	4	3	2	4	20
10	4	4	4	5	4	4	25
11	3	2	3	3	2	4	17
12	2	5	4	4	5	4	24
13	2	3	4	4	3	3	19
14	2	4	5	5	4	4	24
15	3	4	4	5	5	5	26
16	2	3	4	4	3	4	20
17	3	4	4	4	4	4	23
18	2	4	2	4	4	4	20
19	4	4	4	4	4	3	23
20	3	3	4	4	4	5	23
21	2	4	3	4	4	3	20
22	5	5	4	4	5	4	27
23	3	4	4	4	3	4	22
24	3	3	3	4	3	3	19
25	2	4	4	4	4	4	22
26	4	5	5	5	4	5	28
27	4	4	5	5	4	4	26
28	4	4	4	4	3	4	23
29	2	3	2	3	3	3	16
30	2	4	3	5	4	4	22
31	4	4	4	4	4	4	24
32	3	3	4	4	3	4	21
33	2	4	4	4	4	4	22
34	4	4	4	2	3	4	21
35	5	5	5	5	5	5	30

36	1	4	4	4	3	4	20
37	3	4	5	5	3	3	23
38	4	4	4	4	4	4	24
39	2	4	4	4	4	4	22
40	4	4	4	2	4	4	22
41	4	4	4	2	3	4	21
42	3	4	4	4	4	4	23
43	3	4	4	4	4	3	22
44	3	3	4	3	3	3	19
45	2	4	4	5	4	5	24
46	2	3	4	5	3	3	20
47	3	4	5	4	4	4	24
48	1	4	4	3	3	3	18
49	2	3	3	3	2	3	16
50	3	4	5	4	4	3	23
51	3	3	4	4	3	3	20
52	3	3	5	4	3	4	22
53	3	4	4	4	3	4	22
54	5	5	5	5	4	3	27
55	2	3	4	4	3	4	20
56	4	4	4	4	4	4	24
57	3	4	4	4	4	4	23
58	3	3	4	4	3	3	20
59	4	4	4	4	3	4	23
60	4	4	5	5	4	3	25
61	2	4	4	4	3	5	22
62	4	3	3	3	3	3	19
63	3	4	4	4	4	4	23
64	4	4	4	4	4	4	24
65	1	3	5	5	2	2	18

66	3	4	4	4	4	3	22
67	2	4	3	4	4	4	21
68	4	4	5	5	5	5	28
69	2	4	4	4	3	3	20
70	3	4	4	5	5	4	25
71	5	4	5	5	4	5	28
72	3	4	5	4	3	3	22
73	2	4	4	4	4	4	22
74	4	5	4	5	4	4	26
75	4	4	4	4	4	4	24
76	2	3	4	4	3	3	19
77	2	3	5	3	3	3	19
78	3	3	4	4	4	3	21
79	3	4	4	4	3	4	22
80	3	3	4	4	3	3	20
81	3	4	4	3	4	4	22
82	2	4	4	4	4	4	22
83	2	3	3	3	3	3	17
84	3	4	4	4	3	3	21
85	3	4	3	4	4	4	22
86	3	3	4	3	3	3	19
87	2	3	2	3	3	3	16
88	2	4	2	2	2	2	14
89	4	4	4	4	4	5	25
90	3	4	4	4	3	4	22
91	3	3	4	4	3	4	21
92	2	4	4	2	3	3	18
93	4	4	5	5	4	4	26
94	4	4	4	4	4	4	24
95	5	4	5	4	4	4	26

4. Variabel Minat Berwirausaha (Y)

No	Minat berwirausaha (Y)					Y6	Total skor
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5		
1	5	5	5	5	5	5	30
2	4	4	5	5	4	4	26
3	5	5	4	5	5	5	29
4	3	4	4	4	3	3	21
5	4	4	4	4	4	4	24
6	5	5	5	5	5	5	30
7	4	5	5	5	4	4	27
8	3	4	4	5	3	5	24
9	3	4	4	4	4	2	21
10	5	5	5	5	5	5	30
11	4	5	4	5	4	3	25
12	4	5	5	4	4	4	26
13	4	4	4	4	4	4	24
14	5	5	5	5	4	5	29
15	5	5	5	5	5	5	30
16	4	5	4	5	4	4	26
17	3	4	3	3	3	3	19
18	4	4	4	4	5	5	26
19	4	5	5	5	4	4	27
20	5	5	5	5	5	4	29
21	5	5	5	5	4	4	28
22	5	5	4	4	4	5	27
23	4	4	4	4	4	4	24
24	4	5	4	4	4	4	25
25	4	5	4	4	4	4	25

26	5	5	5	5	4	4	28
27	5	5	5	5	5	4	29
28	4	4	4	4	4	4	24
29	4	4	4	4	4	4	24
30	4	5	4	5	5	5	28
31	4	4	4	4	4	4	24
32	4	5	5	5	5	4	28
33	5	5	5	5	5	5	30
34	5	3	5	5	4	4	26
35	5	5	5	5	5	5	30
36	4	4	4	4	4	4	24
37	5	5	5	5	5	5	30
38	4	4	4	4	4	5	25
39	4	4	4	4	4	4	24
40	5	5	4	4	3	4	25
41	4	4	4	4	4	4	24
42	3	4	4	4	4	3	22
43	4	5	5	5	4	4	27
44	4	4	4	4	4	4	24
45	5	5	5	5	5	5	30
46	3	5	4	5	4	3	24
47	5	5	5	5	4	4	28
48	3	4	4	4	5	4	24
49	5	4	4	4	4	4	25
50	5	5	5	5	4	4	28
51	4	4	4	4	4	4	24
52	5	5	5	5	5	4	29
53	5	5	5	5	4	5	29
54	5	5	5	5	5	5	30
55	4	4	4	4	4	4	24

56	5	5	5	5	5	4	29
57	4	5	4	4	4	4	25
58	4	4	4	4	3	4	23
59	5	5	4	5	4	4	27
60	4	4	4	4	5	5	26
61	4	5	4	4	4	4	25
62	3	4	4	4	4	4	23
63	4	4	4	4	5	4	25
64	4	4	4	4	4	4	24
65	5	5	5	4	4	4	27
66	4	5	4	4	4	4	25
67	4	5	5	4	4	4	26
68	4	5	5	5	5	5	29
69	4	4	4	4	4	4	24
70	5	5	5	5	4	4	28
71	4	5	4	5	4	5	27
72	3	5	5	4	5	4	26
73	4	4	4	4	4	4	24
74	4	4	5	5	4	5	27
75	5	5	5	5	5	5	30
76	4	5	4	4	4	3	24
77	4	4	4	4	4	3	23
78	5	5	5	5	4	3	27
79	4	4	3	4	4	4	23
80	5	5	5	5	5	4	29
81	3	4	3	4	4	4	22
82	5	5	5	5	5	5	30
83	3	3	4	4	5	4	23
84	3	5	3	5	5	4	25
85	4	4	4	4	4	4	24

[illegible]

[illegible]

[illegible]

Lampiran 4 Kelayakan Data

1. Uji Validitas Sikap (X1)

		Correlations						
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	SIKAP
X1.1	Pearson Correlation	1	.354**	.123	.187	.245*	.194	.530**
	Sig. (2-tailed)		.000	.236	.070	.017	.059	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95
X1.2	Pearson Correlation	.354**	1	.085	.300**	.376**	.385**	.659**
	Sig. (2-tailed)	.000		.415	.003	.000	.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95
X1.3	Pearson Correlation	.123	.085	1	.210*	.265**	.184	.476**
	Sig. (2-tailed)	.236	.415		.041	.009	.074	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95
X1.4	Pearson Correlation	.187	.300**	.210*	1	.426**	.484**	.701**
	Sig. (2-tailed)	.070	.003	.041		.000	.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95
X1.5	Pearson Correlation	.245*	.376**	.265**	.426**	1	.412**	.735**
	Sig. (2-tailed)	.017	.000	.009	.000		.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95
X1.6	Pearson Correlation	.194	.385**	.184	.484**	.412**	1	.698**
	Sig. (2-tailed)	.059	.000	.074	.000	.000		.000
	N	95	95	95	95	95	95	95
SIKAP	Pearson Correlation	.530**	.659**	.476**	.701**	.735**	.698**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	95	95	95	95	95	95	95

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

2. Uji Validitas Norma Subjektif (X2)

		Correlations						
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	NORMA
X2.1	Pearson Correlation	1	.284**	.376**	.318**	.168	.156	.497**
	Sig. (2-tailed)		.005	.000	.002	.104	.131	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95
X2.2	Pearson Correlation	.284**	1	.657**	.238*	.434**	.208*	.704**
	Sig. (2-tailed)	.005		.000	.020	.000	.043	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95
X2.3	Pearson Correlation	.376**	.657**	1	.446**	.462**	.341**	.797**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.001	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95
X2.4	Pearson Correlation	.318**	.238*	.446**	1	.428**	.637**	.718**
	Sig. (2-tailed)	.002	.020	.000		.000	.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95
X2.5	Pearson Correlation	.168	.434**	.462**	.428**	1	.566**	.752**
	Sig. (2-tailed)	.104	.000	.000	.000		.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95
X2.6	Pearson Correlation	.156	.208*	.341**	.637**	.566**	1	.696**
	Sig. (2-tailed)	.131	.043	.001	.000	.000		.000
	N	95	95	95	95	95	95	95
NORMA	Pearson Correlation	.497**	.704**	.797**	.718**	.752**	.696**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	95	95	95	95	95	95	95

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

3. Variabel Kontrol Perilaku (X3)

		Correlations						
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	KONTROL
X3.1	Pearson Correlation	1	.401**	.380**	.205*	.399**	.383**	.709**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.047	.000	.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95
X3.2	Pearson Correlation	.401**	1	.273**	.295**	.635**	.377**	.689**
	Sig. (2-tailed)	.000		.007	.004	.000	.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95
X3.3	Pearson Correlation	.380**	.273**	1	.489**	.267**	.261*	.641**
	Sig. (2-tailed)	.000	.007		.000	.009	.011	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95
X3.4	Pearson Correlation	.205*	.295**	.489**	1	.478**	.338**	.667**
	Sig. (2-tailed)	.047	.004	.000		.000	.001	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95
X3.5	Pearson Correlation	.399**	.635**	.267**	.478**	1	.501**	.773**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.009	.000		.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95
X3.6	Pearson Correlation	.383**	.377**	.261*	.338**	.501**	1	.678**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.011	.001	.000		.000
	N	95	95	95	95	95	95	95
KONTROL	Pearson Correlation	.709**	.689**	.641**	.667**	.773**	.678**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	95	95	95	95	95	95	95

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

4. Variabel Minat Berwirausaha (Y)

		Correlations						
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	MINAT
Y.1	Pearson Correlation	1	.569**	.646**	.504**	.317**	.433**	.804**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.002	.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95
Y.2	Pearson Correlation	.569**	1	.541**	.536**	.305**	.237*	.724**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.003	.021	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95
Y.3	Pearson Correlation	.646**	.541**	1	.629**	.427**	.345**	.811**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.001	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95
Y.4	Pearson Correlation	.504**	.536**	.629**	1	.427**	.373**	.779**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95
Y.5	Pearson Correlation	.317**	.305**	.427**	.427**	1	.469**	.649**
	Sig. (2-tailed)	.002	.003	.000	.000		.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95
Y.6	Pearson Correlation	.433**	.237*	.345**	.373**	.469**	1	.648**
	Sig. (2-tailed)	.000	.021	.001	.000	.000		.000
	N	95	95	95	95	95	95	95
MINAT	Pearson Correlation	.804**	.724**	.811**	.779**	.649**	.648**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	95	95	95	95	95	95	95

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

5. Variabel Shari'ah Compliant E-commerce (Z)

		Correlations								
		Z.1	Z.2	Z.3	Z.4	Z.5	Z.6	Z.7	Z.8	SCE
Z.1	Pearson Correlation	1	.664**	.203	.295**	.315**	.397**	.343**	.195	.625**
	Sig. (2-tailed)		.000	.048	.004	.002	.000	.001	.059	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95
Z.2	Pearson Correlation	.664**	1	.320**	.382**	.423**	.467**	.353**	.308**	.709**
	Sig. (2-tailed)	.000		.002	.000	.000	.000	.000	.002	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95
Z.3	Pearson Correlation	.203	.320**	1	.531**	.465**	.546**	.547**	.455**	.718**
	Sig. (2-tailed)	.048	.002		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95
Z.4	Pearson Correlation	.295**	.382**	.531**	1	.436**	.500**	.573**	.213*	.701**
	Sig. (2-tailed)	.004	.000	.000		.000	.000	.000	.038	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95
Z.5	Pearson Correlation	.315**	.423**	.465**	.436**	1	.585**	.434**	.344**	.695**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000	.000		.000	.000	.001	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95
Z.6	Pearson Correlation	.397**	.467**	.546**	.500**	.585**	1	.631**	.481**	.809**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95
Z.7	Pearson Correlation	.343**	.353**	.547**	.573**	.434**	.631**	1	.410**	.762**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95
Z.8	Pearson Correlation	.195	.308**	.455**	.213*	.344**	.481**	.410**	1	.602**
	Sig. (2-tailed)	.059	.002	.000	.038	.001	.000	.000		.000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95
SCE	Pearson Correlation	.625**	.709**	.718**	.701**	.695**	.809**	.762**	.602**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

6. Uji Reliabilitas Sikap (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.707	6

7. Uji Reliabilitas Norma Subjektif (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.790	6

8. Uji Reliabilitas Kontrol Perilaku (X3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.775	6

9. Uji Reabilitas Minat Berwirausaha (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.830	6

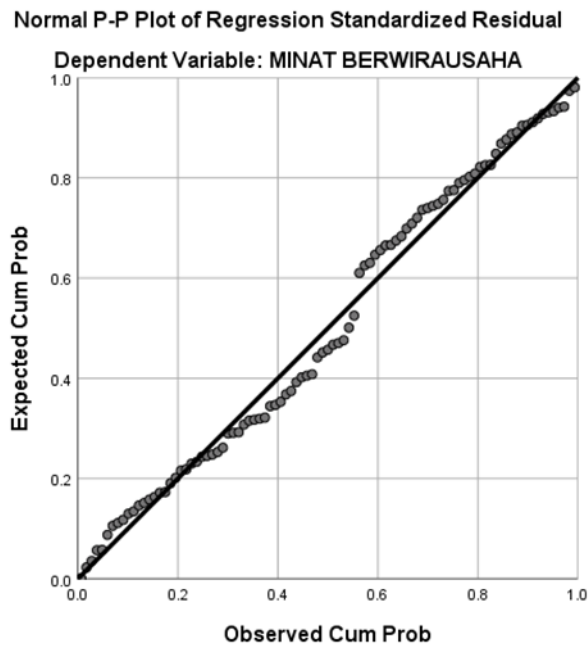
10. Uji Reliabilitas Shari'ah Compliant E-commerce (Z)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.850	8

Lampiran 5 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas P.Plot



2. Uji Normalitas Kolmogorof-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		95
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.11047493
Most Extreme Differences	Absolute	.068
	Positive	.068
	Negative	-.060

Test Statistic	.068
Asymp. Sig. (2-tailed)	.200 ^{c,d}

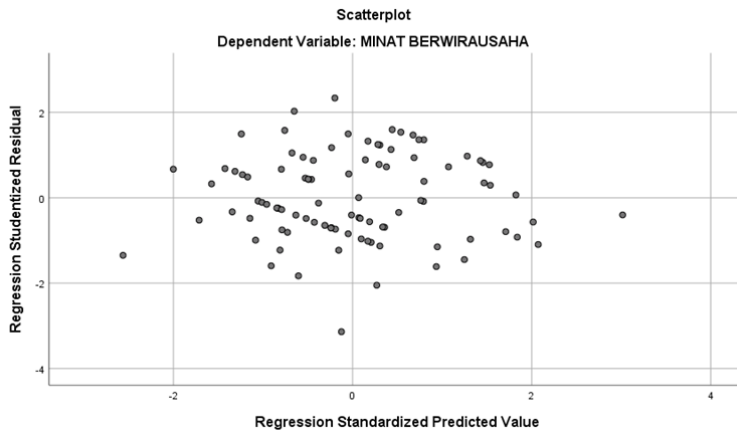
- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.
- Lilliefors Significance Correction.
- This is a lower bound of the true significance.

3. Uji Multikolinieritas

Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
(Constant)	9.387	2.892		3.246	.002		
SIKAP	.059	.120	.049	.494	.623	.700	1.429
NORMA SUBJEKTIF	.121	.084	.144	1.437	.154	.697	1.435
KONTROL PERILAKU	.362	.094	.415	3.841	.000	.595	1.681
SHARIAH COMPLIANT E-COMMERCE	.129	.075	.159	1.726	.088	.816	1.225

a. Dependent Variable: MINAT BERWIRAUSAHA

4. Uji Heteroskedastisitas Scatter Plot



Lampiran 6 Uji Hipotesis

1. Hipotesis I

Model Regresi I (Model Summary)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.367 ^a	.135	.126	2.49584

a. Predictors: (Constant), X1

Signifikansi Nilai F Model Regresi 1

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	90.408	1	90.408	14.514	.000 ^b
	Residual	579.318	93	6.229		
	Total	669.726	94			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X1

Signifikansi Nilai T Model Regresi 1

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15.180	2.821		5.380	.000
	X1	.441	.116	.367	3.810	.000

a. Dependent Variable: Y

2. Hipotesis II

Hasil Moderasi Regresi II

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.446 ^a	.199	.181	2.41547

a. Predictors: (Constant), X1Z, X1

Signifikansi Nilai F Model Regresi II

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	132.954	2	66.477	11.394	.000 ^b
	Residual	536.772	92	5.834		
	Total	669.726	94			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X1Z, X1

Signifikansi Nilai T Model Regresi II

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	18.182	2.948		6.167	.000
	X1	.020	.192	.017	.104	.918
	X1Z	.009	.003	.432	2.700	.008

a. Dependent Variable: Y

3. Hipotesis III

Model Regresi III

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.430 ^a	.185	.176	2.42253

a. Predictors: (Constant), X2

Signifikansi Nilai F Model Regresi 1II

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17.724	1.793		9.885	.000
	X2	.364	.079	.430	4.596	.000

a. Dependent Variable: Y

Signifikansi Nilai T Model Regresi 1II

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	123.943	1	123.943	21.119	.000 ^b
	Residual	545.784	93	5.869		
	Total	669.726	94			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2

4. Hipotesis IV

Hasil Moderasi Regresi IV

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.471 ^a	.222	.205	2.37958

a. Predictors: (Constant), X2Z, X2

Signifikansi Nilai F Model Regresi IV

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	148.784	2	74.392	13.138	.000 ^b
	Residual	520.942	92	5.662		
	Total	669.726	94			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2Z, X2

Signifikansi Nilai T Model Regresi IV

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	19.282	1.912		10.086	.000
	X2	.055	.167	.065	.328	.744
	X2Z	.007	.003	.413	2.095	.039

a. Dependent Variable: Y

5. Hipotesis V

Model Regresi V

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.570 ^a	.325	.318	2.20406

a. Predictors: (Constant), X3

Signifikansi Nilai F Model Regresi V

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	217.942	1	217.942	44.864	.000 ^b
Residual	451.784	93	4.858		
Total	669.726	94			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3

Signifikansi Nilai T Model Regresi V

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	14.845	1.664		8.924	.000
X3	.497	.074	.570	6.698	.000

a. Dependent Variable: Y

6. Hipotesis VI

Hasil Moderasi Regresi VI

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.594 ^a	.353	.339	2.16958

a. Predictors: (Constant), X3Z, X3

Signifikansi Nilai F Model Regresi VI

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	236.675	2	118.337	25.140	.000 ^b
	Residual	433.052	92	4.707		
	Total	669.726	94			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3Z, X3

Signifikansi Nilai T Model Regresi VI

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	16.057	1.747		9.193	.000
X3	.233	.152	.267	1.535	.128
X3Z	.006	.003	.347	1.995	.049

a. Dependent Variable: Y

Lampiran 7 Dokumentasi Penyebaran Kuesioner

(1505026077)

* Wajib

Nama Lengkap *

Pipit Hariyanti

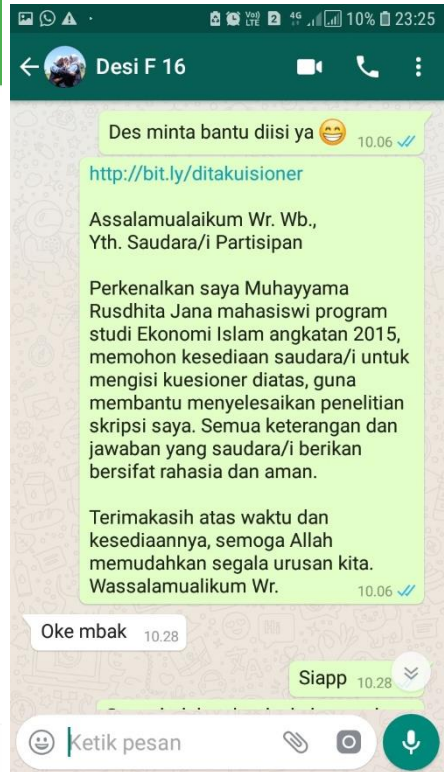
Jenis Kelamin *

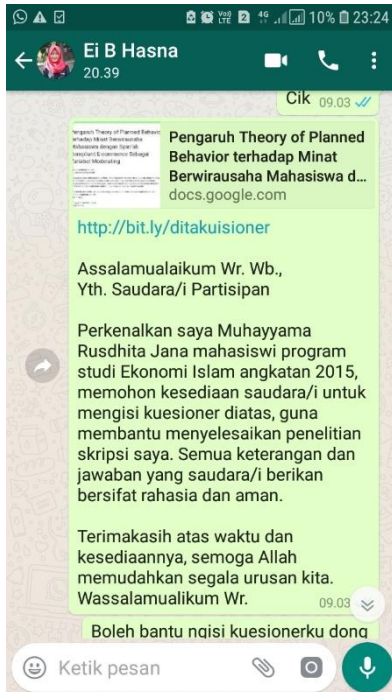
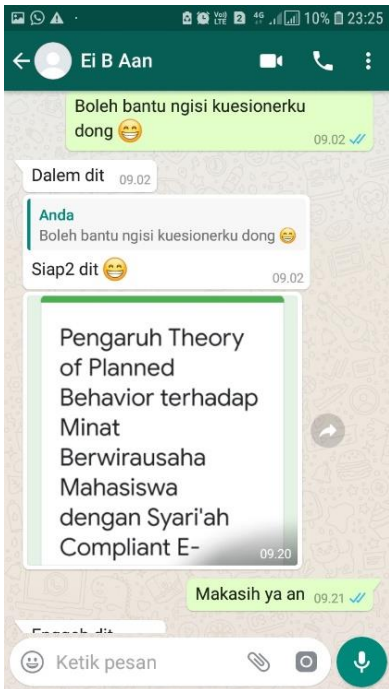
☐ Laki-laki

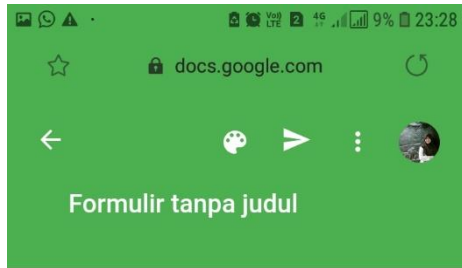
☒ Perempuan

Umur *

21







PERTANYAAN

TANGGAPAN

95

95 tanggapan



Tidak menerima tanggapan



Pesan untuk responden

Formulir ini tidak menerima tanggap...

RINGKASAN

INDIVIDUAL



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Muhayyama Rusdhita Jana
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat Tanggal Lahir : Kendal, 25 Maret 1997
Agama : Islam
Alamat : Desa Ngasinan RT 10 RW 03,
Kecamatan Weleri, Kabupaten
Kendal, Profinsi Jawa Tengah
Email : muhayyamarusdhita@gmail.com

Pendidikan Formal

1. 2003 - 2009 : SD N 1 Ngasinan
2. 2009 – 2012 : SMP N 3 Weleri
3. 2012 – 2015 : SMA N 1 Weleri
4. 2015 – Sekarang : UIN Walisongo Semarang